OUR OPINIONS!

平成14年5月1日発行第9巻第5号通巻68号
http://www.microgroup.co.jp/

隔月刊

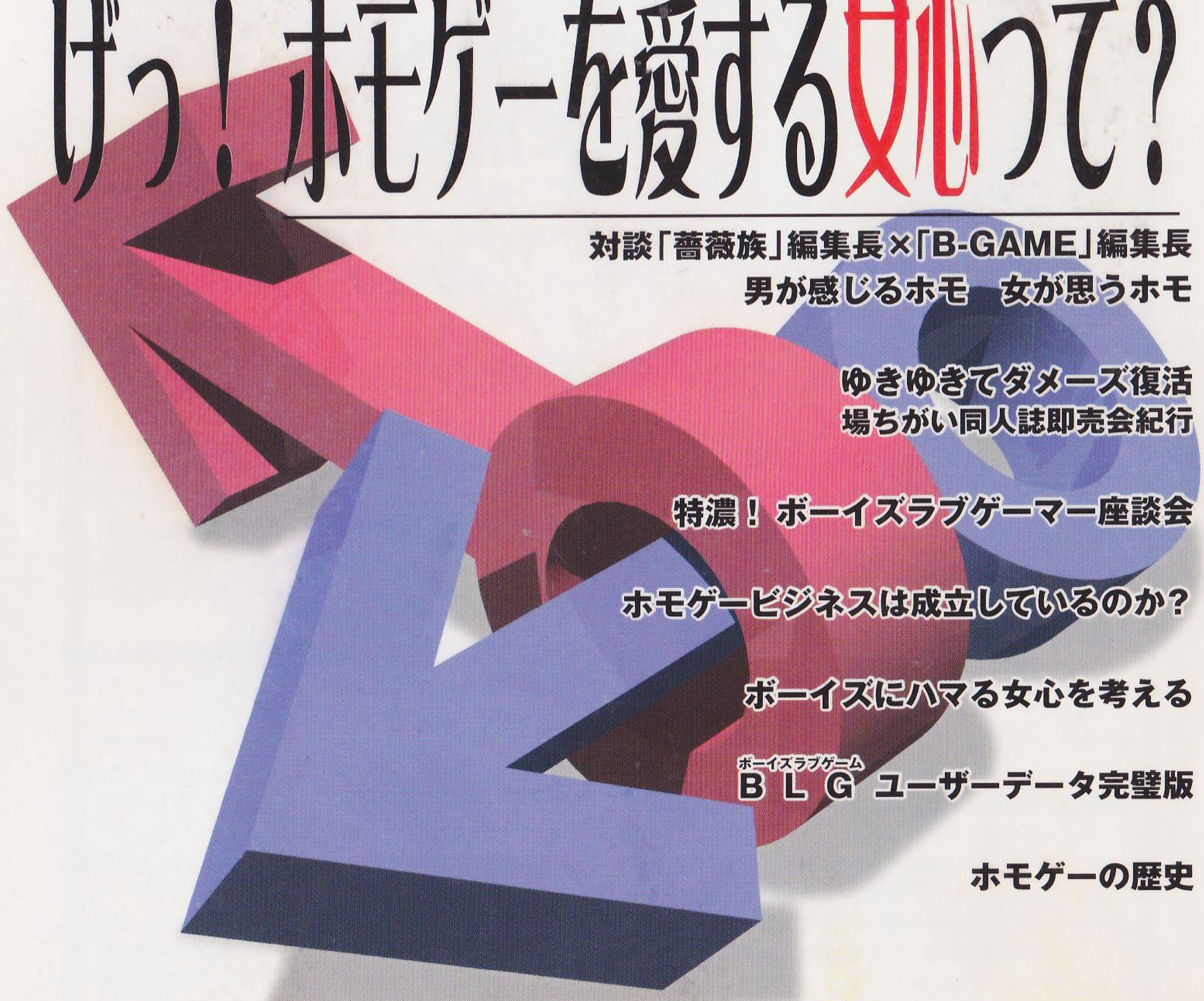
ゲーム批評

2002 5月号
定価 780YEN

巻頭特集

BOY'S LOVE

げっ！ホモゲーを愛する女心って？



対談「薔薇族」編集長×「B-GAME」編集長
男が感じるホモ　女が思うホモ

ゆきゆきてダメーズ復活
場ちがい同人誌即売会紀行

特濃！ボーイズラブゲーマー座談会

ホモゲービジネスは成立しているのか？

ボーイズにハマる女心を考える

ＢＬＧ（ボーイズラブゲーム）ユーザーデータ完璧版

ホモゲーの歴史

緊急特集

エンターブレインが犯した道義的大罪とは？

ゲーム批評 2002 5月号
げっ！BOY'S LOVE ホモゲーを愛する女心って？
Vol. 44

『ゲーム批評』の編集方針

ゲームを批評するとは、どういうことなのでしょう。
今日のゲーム雑誌の多くは、メーカーとの結びつきから、
ゲームソフトを公正に表現することが難しい状況にあります。
私たちは「ゲーム批評」の発刊にあたって以下の指針を定めました。

・テレビゲーム業界の広告を入れないことで、各メーカーとの距離を公正に保ち、『ちょうちん記事』に類する原稿は掲載しない。

・ゲームソフトには商品（企業力が評価を左右する）と作品（制作者の優劣が評価を決める）の二面性があり、共に尊重するが、商品よりも作品としての立場をより尊重する。

・批評の際にはソフトを終わらせ、制作者の意図を読みとる努力を前提とする。ゲームソフトを数時間プレイしただけで点数をつける、といったやり方は行わない。

・批評は、感想文でも中傷でもなく、建設的な考えのもとに行う。

・批評は、主観に負うものなので、ひとりよがりになりがちだが、広い視野を持ち作品の背景を把握する努力を行う。

・批評に取り上げるソフトは、編集部がなんらかの意義があると判断したものにする。

・評者および編集部は、ソフト批評に責任を持ち、事実誤認についてはすみやかにメーカー及びユーザーに謝罪する。だが、意見の相違については、納得いく回答が得られるまで意見を撤回しない。

上記の方針のすべてを完璧に実現するには、
私たちは力不足かもしれません。
しかし、ゲームという文化の健全な成長のために、
私たちは努力しています。
そのための「ゲーム批評」なのです。

ゲーム批評編集部

CONTENTS

隔月刊 **ゲーム批評** 2002 5月号 May

ハード略称
PS1‥プレイステーション1
PS2‥プレイステーション2
SS‥‥セガサターン
DC‥‥ドリームキャスト
N64‥ニンテンドウ64
GC‥‥ゲームキューブ
SFC‥スーパーファミコン
GB‥‥ゲームボーイ
WS‥‥ワンダースワン
NGP‥ネオジオポケット
Win‥‥ウィンドウズ
AC‥‥アーケード

ジャンル略称
RPG‥‥ロールプレイングゲーム
ARPG‥アクションRPG
SRPG‥シミュレーションRPG
SLG‥‥シミュレーションゲーム
AVG‥‥アドベンチャーゲーム
STG‥‥シューティングゲーム
3DSTG‥3Dシューティング
ACG‥‥アクションゲーム
格闘ACG‥格闘ゲーム
RCG‥‥レースゲーム
TBG‥‥テーブルゲーム
SPG‥‥スポーツゲーム
PZG‥‥パズルゲーム
ETC‥‥その他

恩讐の彼方、解かれた勘当

スクウェア、5年ぶりに任天堂へゲームを供給

5年間に渡り、当事者のみならず多くの業界関係者が心を痛めた問題。それがようやく〝雪解け〟の時を迎えた。スクウェアが任天堂ゲーム機向けのソフト供給を、5年ぶりに再開することが明らかになったのだ。この報を受け、株式市場ではスクウェア株に買いが殺到、2日間で34％もの急騰劇が演じられた。予期せぬサプライズとして注目を集めたのである。

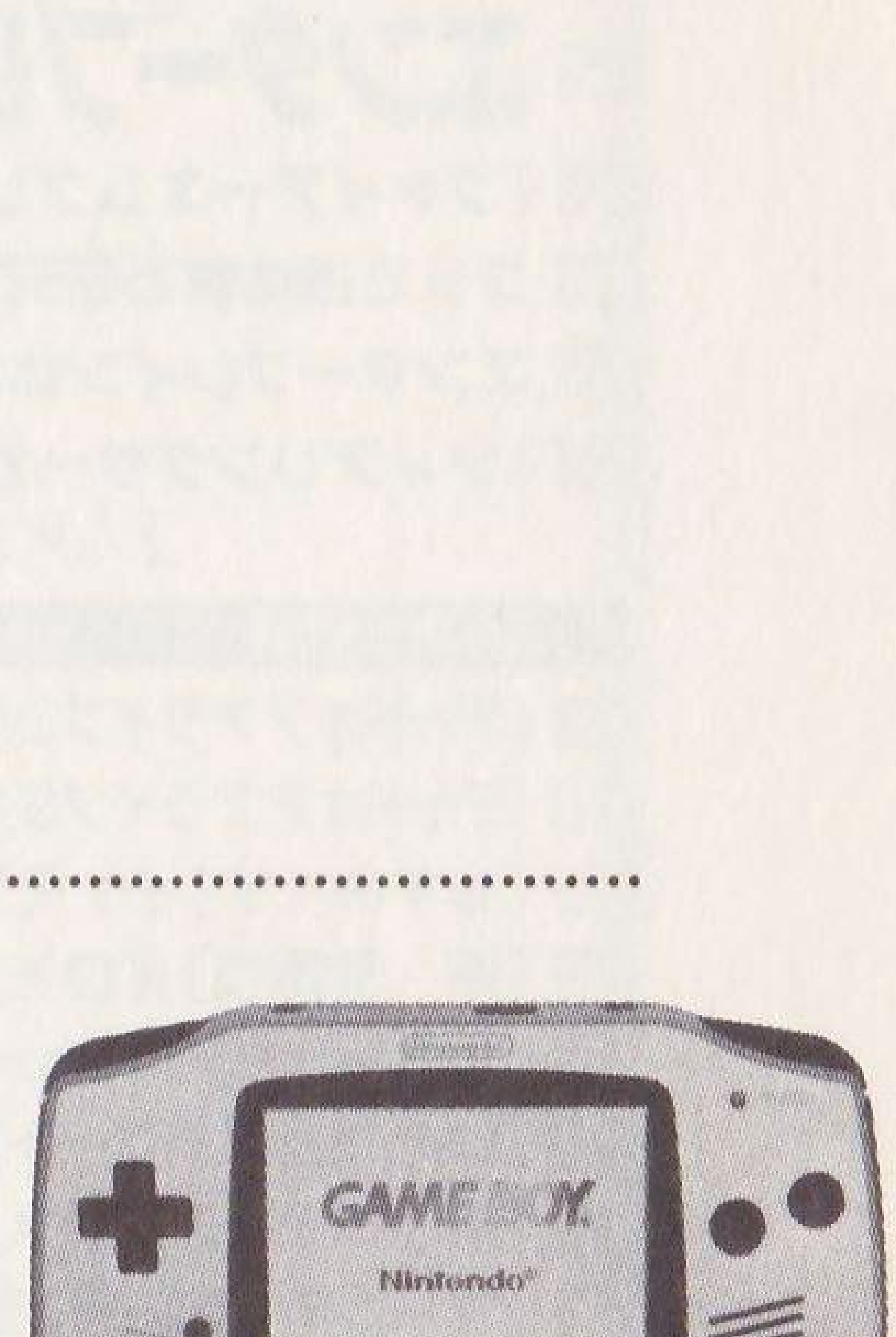
新会社が「キューブ」向けソフトを開発

今回の供給再開でカギを握るのがスクウェアの新子会社で、FF・サガシリーズなどを手掛けてきた河津秋敏氏（スクウェア執行役員）が社長を務める「ゲームデザイナーズ・スタジオ」（スクウェアが49％、河津氏が51％出資）だ。スクウェアでは「同社が開発を担当し、GBA向けソフトを開発する。キューブ向けは検討中」（広報・IR担当）とコメント。一方、任天堂では「GBAに連動するキューブ向けのFFを開発してくれると期待している」（広報部）と語る。いささか話が食い違うが、新会社は山内社長が設立したベンチャーファンド「ファンドキュー」から資金援助を受け、GBA対応型のキューブ向けゲームを供給することは確かか。（ソニーとの契約問題など先行きはやや微妙な点はあるが）ただ、タイトルは『FF』と言っても本編ではなく、『タクティクス』など外伝シリーズに落ち着くことが有力。むしろスクウェアとしては、この第一弾ソフトを皮切りに、低コストで移植が可能なSFC時代のソフト資産をGBAに供給したいはず。恐らくその通りになろうが、同社がようやくマルチプラットホームの足掛かりをつかんだ意味合いは小さくない。

放浪の終り

'96年にスクウェアがSCE陣営に移籍した当時、今西取締役が「大作主義のスクウェアはいずれ行き詰まる」と予言していたことが昨日のように思い出される。ここ数年、スクウェアサイドからGB・GBAへの参入を求め、関係修復に向けた努力があったのだが、京都の勘気が解かれることはなかった。「鈴木社長（当時）がGBA参入を要請に行った際、〝当然キューブも作れ〟と言われ激怒して帰った経緯がある」（業界関係者）といった話を聞くたびに、憂鬱な気持ちになったものだ。和田新社長の手腕は大いに評価できる。

任天堂幹部の「ウチの宮本など開発サイドの話し合いが実を結んだ」との言葉を今は額面通りに受け止め、スムーズな進展を待ちたい。関係者の脳裏に巣食っていた「スクウェアがなくなっては困る」という気持ちは通じたのだ。〝父殺し〟の汚名に苦しんだスクウェアのオイディプス的放浪の終りが生み出すものは、再び業界を活性化させる、と信じよう。



「マニア」に躓（つまず）いたXboxの誤算

伸び悩む販売、サードパーティは早くも逃げ腰？

3日間で12万台

ダメなものをダメ、と語る行為は本当につまらない、しかし――堂々の黒光りマシンを前に、今は途方に暮れるばかりである。

2月22日、ついに「Xbox」（マイクロソフト・MS）が国内でも発売された。渋谷での発売イベントには総帥ビル・ゲイツ氏も登場、約300人のユーザーが集まったそうだが……人数は明らかに報道陣の方が多く、行列も15分程度で終了したという。一方、華やかなセレモニーの陰で、聖地・秋葉原の各店では数10人程度の行列しかできていなかった。

初回出荷台数は約25万台と見られる。そして、発売後3日間で売れた台数は約12万4000台。新ハードのスタートとしては極めて地味な出足だ。同時発売タイトルは12本と多かったが、一番売れた『デッドオアアライブ3』でさえ3日で8万本強にとどまった。

年末年始商戦終了でユーザー、小売りとも疲弊していた時期的な問題、一般層を引き込むキラータイトルの不在、そしてかつてサムシング吉松氏が指摘した「周りの者を不安にさせる」（笑）デザイン……予想通りといえば予想通りだし、恐らくMSも想定線のセールスであったのではないか。

Xboxの初期戦略は決して間違っていない。一般層に強いPS2、低年齢層に強いGC、現時点ではこれと真っ向勝負しても仕方がない。ゲイツ氏の言う「真剣にゲームをしている人たちにアピールし、口コミで広がることが望ましい」という発言は、決して日本市場を理解していない者の言葉ではなかろう。特にセガ難民（？）達の『JSRF』に対する絶賛ぶりは個人的にも注目できた。当面はDCの後継機でもいい、と暖かく見守りたかった。

イメージに「傷」

ところが、ここで大きな誤算となったのが、「ディスクの端に傷がつく」という苦情の増加だった。あまりゲームやビデオ再生に影響しない問題であったため、当初、MSにはタカをくくっていたような姿勢も感じられた。だがマニアはコレクターでもあり、極めてこうした問題にナイーブだ。騒ぎが大きくなった結果、一部の大手小売業者には販売中止の動きも出た。折からの出足不振もマスコミの格好の餌食となり、Xboxのイメージは急速に悪化。足元の販売動向は、想定にはなかったほどの落ち込みを示していると見られる。

今、各社からは「完全に腰が引けている」（大手ソフトA）との声が漏れ聞かれる。ネットゲーム戦略も不透明な現状、仮にこの状態のままMSが〝持久戦〟に持ち込めばどうなるのか、答えは見えている。良質なゲームが出ているというのに――もっと光を！

PROFILE
吉田龍司（よしだ・りゅうじ）
何でもライター。この春からフリーになりました。著書「今日からいっぱし！経済通」（日本経営協会総合研究所）、「株式相場欄で儲けよう」（エール出版社・共著）など。
http://homepage3.nifty.com/dreamdragon/

1分でわかる 今号のゲーム業界の動き

（2002年1月中旬～2002年3月中旬）

今号で扱った時期のゲーム業界の動きをウキウキウォッチング！

1月

25日　テロ事件の影響から発売日が延期されていた『ビルバク』の発売日が3月20日に決定。

26日　第15回次世代ワールドホビーフェア開催。

8日　ヨーロッパでのGCの発売が5月3日に決定。価格はオープン価格となる。

29日　PS2・アーケード用ソフト『熱チュ―プロ野球2002』において、ナムコとフジテレビのコラボレートが実現。フジテレビの野球中継もソフトと同名で放送される。

30日　コナミと元気が資本提携を伴う戦略的な業務提携を進めることで合意。今後、元気はコナミグループに迎え入れられ、元気のソフトはコナミの流通網で販売される。

2月

1日　GBAが8,800円に値下げ。

3日　振動の強いゲーム機コントローラは子供の手に障害を与える可能性があるとイギリスの医師団が発表。

8日　ゲームソフトの売上がアメリカで最高記録を樹立。

18日　ナムコ・セガ・任天堂の3社が業務用3Dコンピュータグラフィックボード"トライフォース"の共同開発に関する業務提携を発表。

21日　人気格闘ACG『鉄拳』の映画化が決定。

22日　Xbox発売。①

22日　AOUショウ開催。

3月

4日　マイクロソフトは、XboxのDVDディスクの損傷問題に対して、「通常のゲームソフトの使用やDVDソフトの再生には影響はない」とコメント。

7日　マイクロソフトは、Xbox動作時のDVD損傷問題に対して、「DVD/CDディスクに傷がつく」など，Xbox本体もしくはXbox専用ゲーム、そのほかDVD/CDで問題が発生した場合は、「Xboxカスタマサポート」まで連絡することで、修理・交換に応じると対応を明らかにした。

11日　任天堂ゲーム機向けにスクウェアからのソフト供給が再開。スクウェアはGCとGBA向けの『FF』をクリスマスに発売予定。②

11日　TUTAYAのカルチュア・コンビニエンス・システムが中古ソフト売上高の2％をソフトメーカに還元する。実施は7月頃の予定。

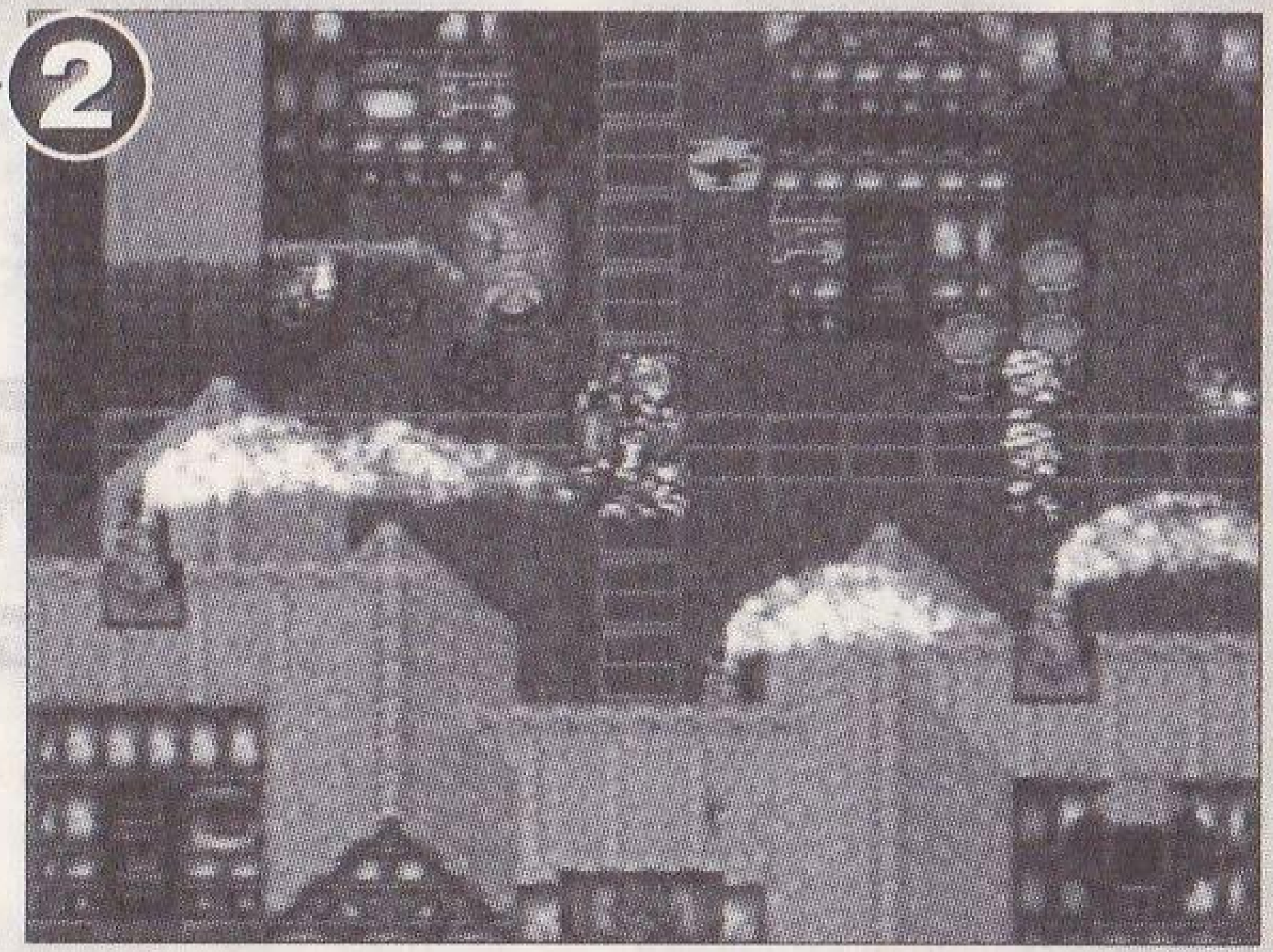
14日　テクモとアメリカのMindfire Entertainmentは、「デッドオアアライブ」の映画化に合意。公開は、2003年の予定。

①



渋谷ではカウントダウンイベントが行われ、ビル・ゲイツ氏も登場した。

②



SFC版『FF6』以来の、任天堂ハードでの『FF』シリーズがクリスマス商戦の目玉となるか？

第1特集

げっ！ ホモゲーを愛する女心って？



ぐいっ、てふいに引き寄せられて。
オレは――――椿さんに、キス………されてた。

しっとりした、あったかい唇が、
オレの唇を甘噛みするみたいにして。

『birdie　～ぼくらの恋愛心理学』より

ホモゲーっていったい……何なんですか、それ？

ゲーム業界を席巻するホモゲーの嵐！　なぜどうしていつの間に。というか、そもそもホモゲーって誰が遊んでいるの？

ホモゲーもしくはボーイズラブゲーム

ホモゲー。

女性を中心としたユーザーの間では「ボーイズラブゲーム（以下、BLG）」と呼ばれていますが、そういうゲームがあります。

これはいわゆるヤオイの流れを組むゲームジャンルで、主にPCソフトとして流通しています。

知らない方のために説明しておくと、ヤオイは趣味として男性同士の恋愛、特に肉体関係を含む美少年同士の恋愛を描く小説や漫画の総称であり、同人活動レベルで発生、発展してきました。すでに数十年の歴史を誇る分野ですから、ヤオイは日本の文化だといっても過言ではないでしょう。

今回「ゲーム批評」が取り上げるBLGは、そのヤオイの表現手法の中でも最も新しく、現在のところヤオイの最終形態なのです。

BLGソフトもまた、女性が中心となって同人レベルで制作されたものを、同人誌即売会などでこれまた主に女性が購入するという図式で静かに発展してきました。

しかし、ここへきて商業ベースで発売されるBLGソフトが急増。男性向けのいわゆるギャルゲー、エロゲーのソフトメーカーもBLG市場に続々参入しています。

また、東京・秋葉原ではBLG専用のコーナーを設けるショップもあらわれ、2001年末から2002年春にかけてBLG専門の雑誌もいくつか発刊されたりと、BLG市場は今、盛り上がりを見せています。



女性にも間違いなく「萌え」の感情があるようなのですが、男性のソレとは種類が違うようです。

男性には理解し難い禁断の地、YAOI

まさに激動の時代に突入したBLG。男性の視点から見ると、男性向けのエロゲーがそのまま女性向けにアレンジされたゲームだと考えがちです。

確かにBLGにも、「18禁」のアダルトゲームが数多く存在しています。しかし、女性のBLGユーザーのほとんどはそれを否定します。「男性がエロゲーで遊ぶのとは根本的に感覚が違う」と言うのです。この考え方は、男性には、まったくもって理解し難いものです。

また、BLGを含むヤオイの周囲では、彼女たち間で交わされる

BLGを購入する女性の印象は？　同じ女でありながら、まったく理解不能です。笑いがとれるならアリだとは思うが……（兵庫県　ボエボエ）

もしも世界が100本のホモゲーだったら……

現在までに発売されているBLGを100本とした場合、その内訳はどのようになっているのでしょうか。勝手に算出してみました。

53本が「18禁」のアダルト向けソフトで、47本が全年齢対象ソフトです。

50本が男性向けアダルトゲームも制作しているメーカーの作品で、50本が男性向けゲームを制作していないメーカーの作品です。

47本がWin専用ソフトで41本がハイブリッド版5本がMac専用ソフトです。

63本がアドベンチャーゲームで、10本がシミュレーションです。

50本が学園の男子生徒たちを描いたもので13本が王子様を描いたものです。

37本が東京のメーカーによるもので、27本が大阪のメーカーによるものです。

68本が定価5000円～6999円のもので、9本が定価7000円～8999円のものです。

※この計算は編集部独自のものであり、同じく女性をメインターゲットしたゲームでも、男女間の恋愛を描いた「乙女ゲー」は対象としていません。

独特の用語があり、これがBLGというものに対するわかりにくさに拍車をかけています。

たとえば、人間関係を表す言葉に「攻め」と「受け」というものがあります。これは、登場人物である男性2人がセックスをする際に、どちらの立場にあるかを指す言葉です。

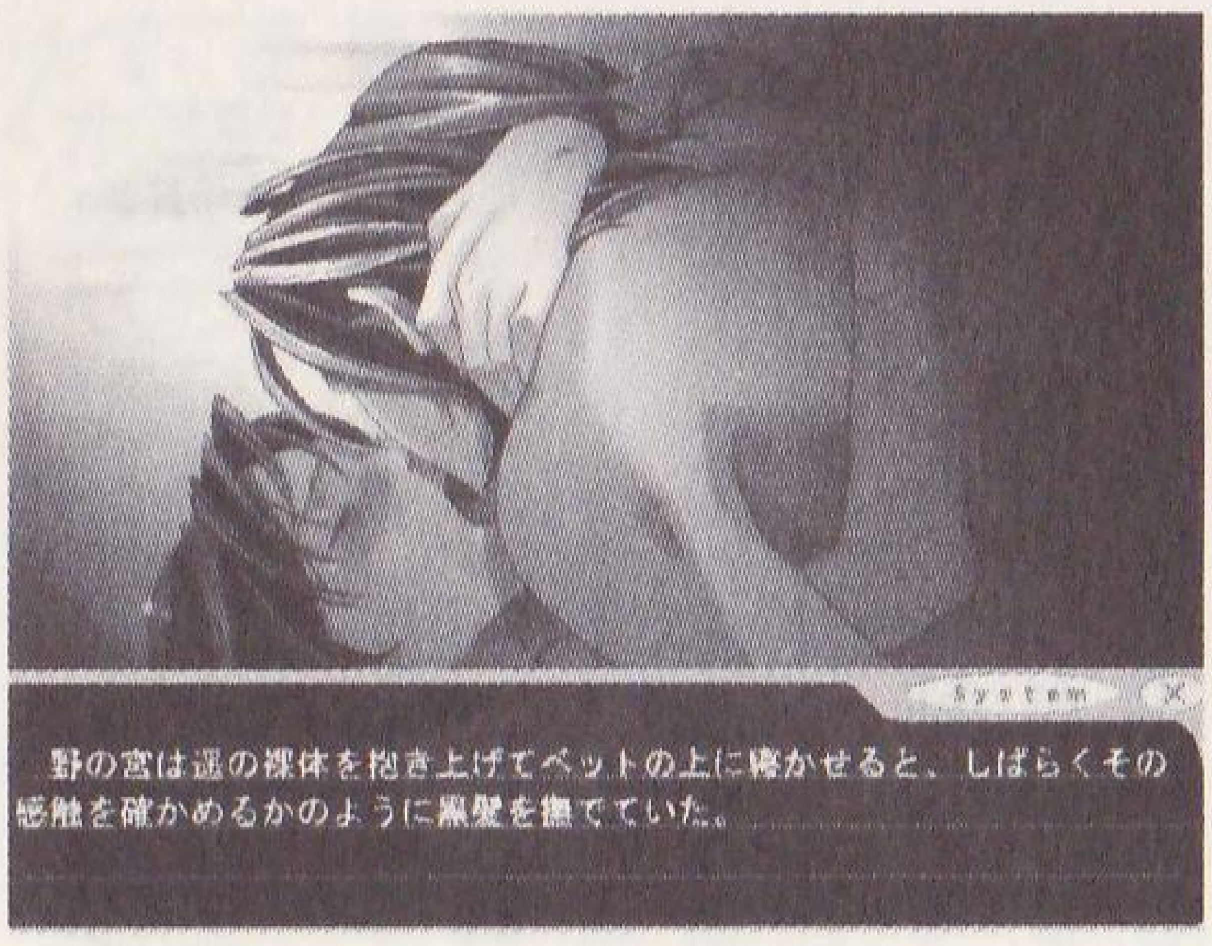
ややこしい表現になってしまいますが、男女間のセックスにおいて男の役割を果たす男性キャラクターが「攻め」、女の役割を果たす男性キャラクターが「受け」となります。

ヤオイにおいて、どういったキャラクターが「攻め」で、誰が「受け」となるのかは最も重要視される要素であり、この選択が作品性や作品の人気度を大きく左右します。加えて「誘い攻め」「誘い受け」といった、より具体的な状況を表す言葉もあります。

ちなみに、ここではセックスと表記しましたが「ヤオイ穴」という言葉もあり、「ヤオイにおける男性キャラクターは、セックスをしているのではなく、『ヤオイ穴』を使ってイチャイチャしているにすぎないのだ」という考え方もあります。この点については、BLGを含むヤオイものにおいて性器が完全に描かれることがなく、当然モザイクがかかっていたりボカシが入っているので、確認することはできません。

このように少し見ただけでもおわかりいただけるように、BLGは特殊な背景と世界観のもとに生まれ進化したジャンルであり、男性にはすぐ理解できるものではありません。その点でBLGは「女性の女性による女性のため」のゲームなのです。

（編集部）



一見、男女のカラミを描いているようですが、彼らはまぎれもなくオトコ同士なのです！

BLGを購入する女性の印象は？　健全でよいと思う。（岡山県　タイバーダウン）

特濃! BLGユーザー座談会

なぜ、ホモゲーのどこがいいの?

まだまだ理解できないボーイズラブゲーム(BLG)の魅力。
ならば、ということで実際にBLGにハマっている女性たちに直接聞いてみました。

ゲーム批評編集部員がBLGユーザーに挑む!

「ヤオイ」って一体何なんだ?

「ホモのことだろ?」と読者の大半は考えていることでしょう。確かにヤオイはホモです。男×男の世界です。でもちょっと待て。実際はどうなのよ? 本当にヤオイってホモやゲイとまったく同じものなのでしょうか。

男から見た、そんなささやかな疑問に答を出そうと、ゲーム批評編集部員が立ち上がった!

ヤオイ&BLG好きな女の子5名を集め、座談会を開催してみました。

〈参加者〉

・弊誌編集部員・某(以下、編)

各方面のヤオイ代表者5名

・22歳/某OAメーカー勤務
・28歳/某PC関連会社勤務
・29歳/某ショップ店員
・21歳/某フリーター
・23歳/某公務員

ホモが好きなんじゃなく悲哀さにひかれるんです

編:とりあえず、「ヤオイ」にハマったきっかけを教えてください。

Aさん:BLにハマったのは高校生のころです。地方出身なので、地元に何もなかったんです。友人にイベントに連れて行ってもらって、そこで知りました。

Bさん:昔はBLって言葉がなくて、みんなヤオイって呼んでいて、陰湿な感じで人には言えない感じでした。仲間がいれば別ですけど。

Cさん:私は会社の人たちに言ってますが(笑)。私は16年前なんですけど、「聖矢」から入って……。

全員:うんうん。

編:その「聖矢」から入るというのは自然な行為なんですか? 皆さんそこでうなづいてますが。

Dさん:年代によって違うんです。当時は「聖矢」モノが多かったので。私は同人誌で知ってハマりました。先輩にコミケに連れて行かれて、初めて同人誌を開いた時にはワッと閉じて逃げましたが(笑)。けがれなき乙女でしたから。そのあと目覚めたのが「JUNEカセット」です。「聖矢」の声優さんが出ていたんで、思わず買ってしまったんです。家で聞いて、雷が落ちました。男同士のキスシーンがあって、「こんな世界が!」とビックリしました。

編:男同士の恋愛に抵抗がなかった?

Dさん:はい、なかったです。

編:その恋愛のストーリーは覚えてますか?

Dさん:最後のキスシーンは強烈に覚えているんですが……。私たちはホモが好きなんではなく、その悲哀さに惹かれるんです。「決して彼らは結ばれることはない」っていう……。

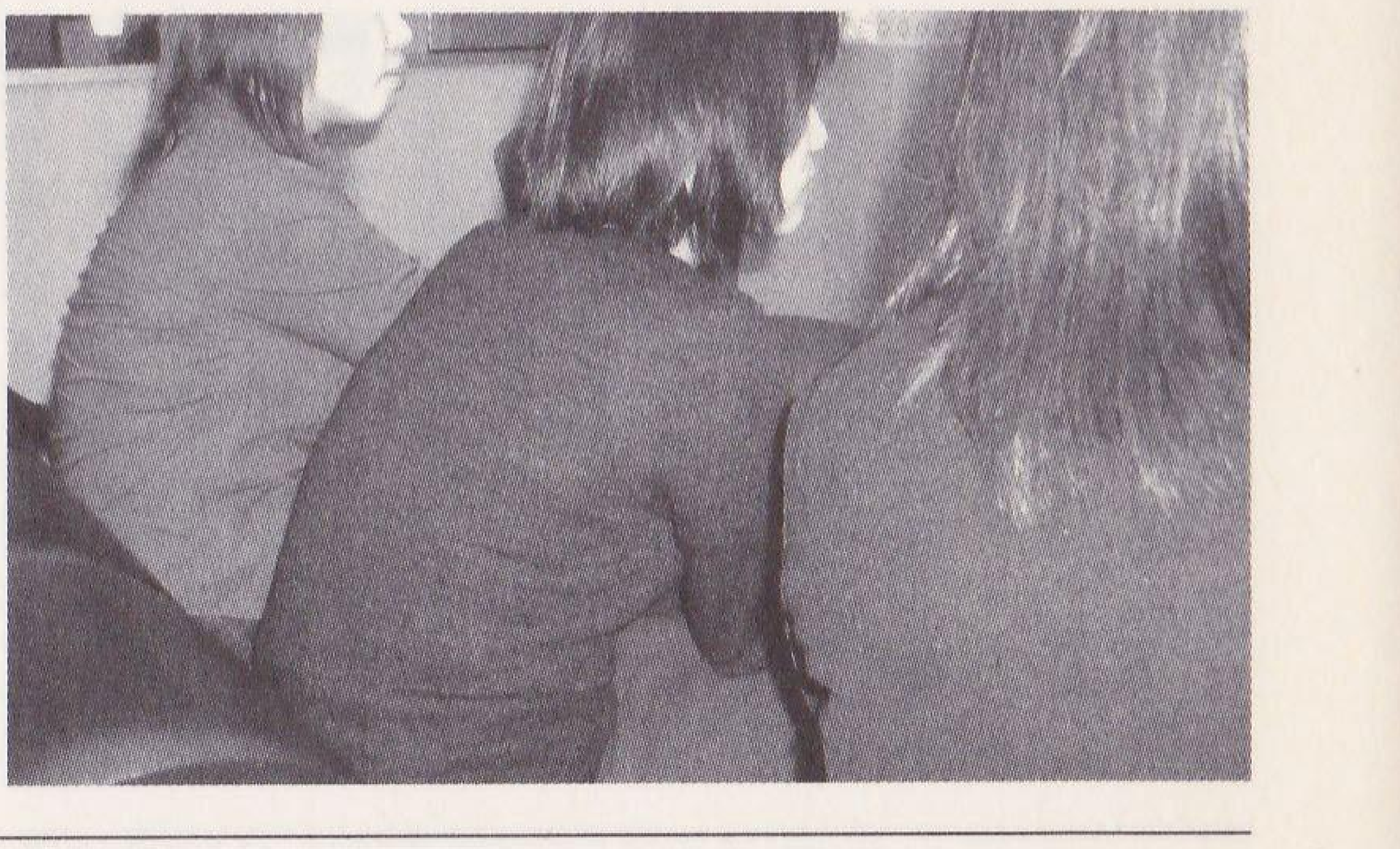
Aさん:私は今でもヤオイモノは見ないです。「ドラゴンボール」パロディから同人誌にハマったんですが、健全な本しか買ったことがないです。でも制作はしているので、制作者視点でBLGはやります。

編:じゃあ、BLモノを読んでもドキドキとかしないんですか?

Aさん:それもありますよ。「このキャラかわいい」って勝手に脳

BLGを購入する女性の印象は? 特に気にならない。同人の世界ではやおいは日常的にとりあげられている王道テーマなわけで、それがゲームに進出してきただけでしょうし。(岩手県 杉沢祐一)

内妄想したり……。
編：女の子って、そんなに妄想するんですか？　どうも「妄想」がキーワードだと思うんですが。
Eさん：男の人は即物的なんですが、女の人は「飛ぶ」んですよ。自分とは無関係のところでガッと妄想が働くんです。
編：すべての女性がそういった感じなの？
Bさん：いえ、嫌いな人は嫌いですね。両極端っていうか。
Dさん：たとえば私は、キャラクターモノの同人誌はダメなんですよ。
Eさん：私もオリジナルは「そういう世界」から始まっているから平気なんですけど、元々あるキャラクターはダメですね。
編：BLGを見ていると、過激な場面があるじゃない。そういうのは抵抗はないの？
Eさん：「そういうもの」として見ているので。
編：「飛ぶ」感覚は、クリアしたあとに来るんですか？　それともプレイ中からあるんですか？
Aさん：両方ですね。平行します。すき間を縫うようにというか……。
Bさん：このストーリーの間には、絶対にこんなことがあったハズだとか……。
全員：そうそう（笑）
編：その感覚を「妄想」以外の言葉で表現すると？
Aさん：そこまでの経緯……、「経緯萌え」かな。
編：設定を自分で作り出して、できごとをつなぐということですか？
Aさん：キャラクターはすでにできてるから、この場面とこの場面の間にはこんなことがあったハズだって妄想するんです。
Dさん：そうそう。内容のないものや飛躍している題材ほど同人誌として作りやすい。
編：でも、そんなに材料を出してくれないものを妄想したら、もの凄い量の妄想ができちゃうんじゃない？
Bさん：派閥とかありますよね。
Eさん：あるある。「攻め」と「受け」が逆なのはダメだけど、このシチュエーションならOK、とか。
Dさん：たいてい妄想の王道ってのがあって、その周りに派生するみたい。始めからホモの世界観だと作り難いんだけれど……その舞台を借りてすき間を探していくっていう作業かな。『王子さまLv1』とかの同人誌は作りにくいです。
Bさん：『王子さまLv1』は作りにくいけど、でもキャラ設定だけをガンと据えて、別のストーリーを作るのなら作れるかな？　こういう風に王子様を動かしたいなって。



○BL
「ボーイズラブ」の略。ここでは「やおい」とほぼ同義。

○イベント
ここでは同人誌即売会のことを指す。

○「聖矢」から入る
週刊少年ジャンプで連載されていた人気漫画。女性同人人口を増やしたばかりか、商業マンガ家を同人界へ逆流させる「やおいパワー」を持っていた。

○JUNEカセット
雑誌（JUNE）の人気小説に人気声優を当てたショートストーリー。CDドラマの走りのような存在というか、今でもカセットってあるのかな？

○ドラゴンボール
週刊少年ジャンプで連載されていた人気漫画。意外と「やおい人口」も多く、男子を驚かせる。

○パロディ
実際にあるマンガ/アニメ/小説などのキャラを使った二次創作活動。今では商業で月刊パロディ誌（コミックジュニア）などが発売され、版権元にも認知されている。

○コミケ
自費出版物（同人誌）の即売会。決められたブースにお金を払い、各自が作った創作物を売る。フリマとは似て非常に異なる存在。

○BLG
「Boys Love Game」の略。女性向けの、男同士の恋愛を扱ったコンピューターゲームのこと。男性向けのホモゲームは、含まないのでご注意ください。

BLGを購入する女性の印象は？
別に構わないと思う。ただ、何事もホドホドにね。ちゃんと現実に戻って来れるならばゲームでもアニメでも同人誌でも好きなだけハマッてください。（千葉県　カベシマイサム）

ギャル系の女の子でも きっとハマると思う

編：ゲームはひとりでやるんですか？　友達と妄想を膨らませながらプレイするんですか？

Bさん：いえ、ひとりでやります。途中まで一緒にプレイするのはいいんですけど、「ここから先は出てって！」みたいになる。

Cさん：一緒にやると、心が悟られているというか、トリップする時に足をつかまれている感じ。

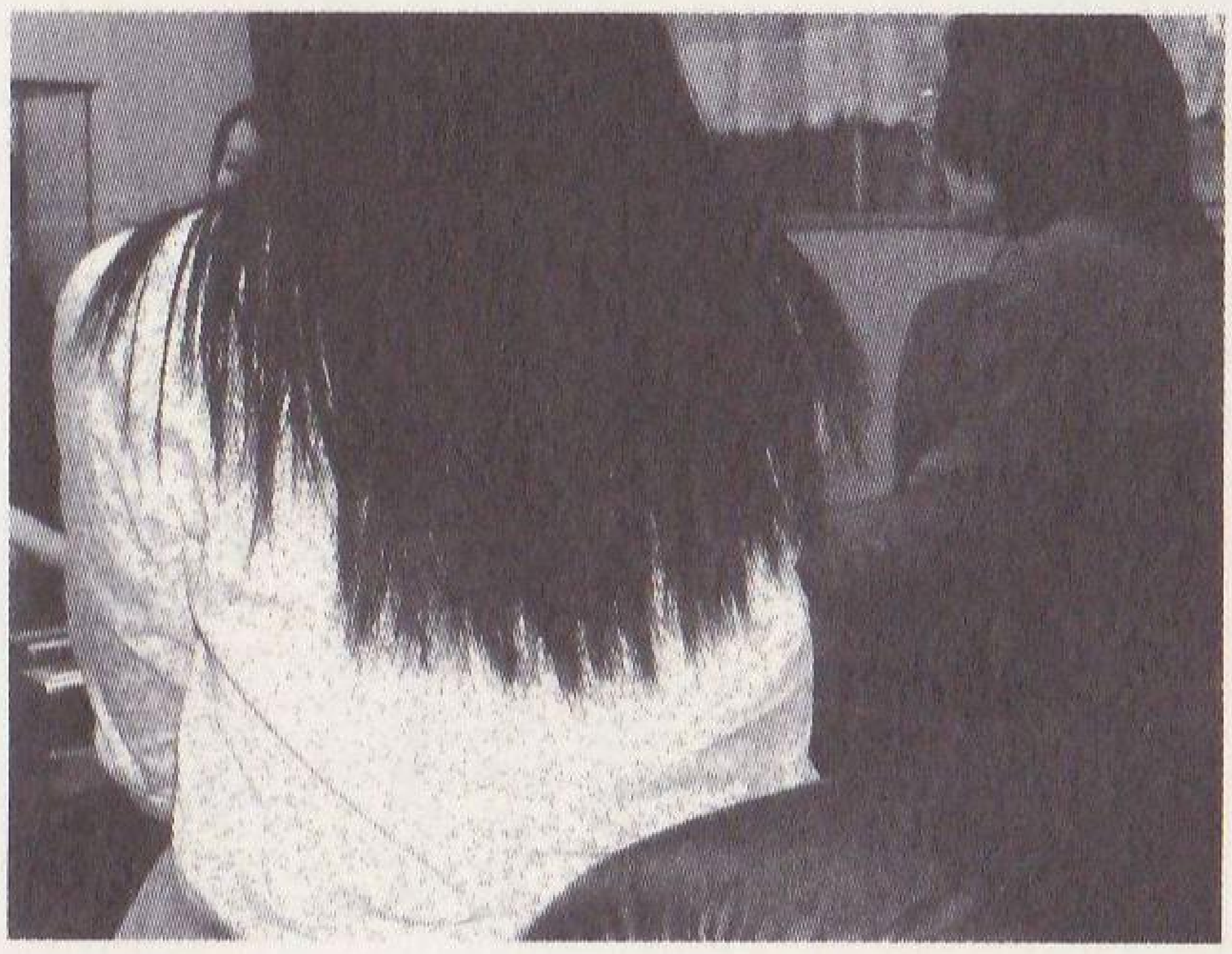
Eさん：BLGは、ヤオイ要素があるからとても皆でできない。

Bさん：選択肢を選んでいくじゃないですか。人とやるとストレス溜まるんですよね。選択肢を自由に選べないから。

編：皆さんどこかで陰の部分というか、自分たちが「普通の人とは違うな」って感じていらっしゃるんですか？

Dさん：そりゃあ渋谷とかにいるコたちとは違うと思います。

Bさん：大学に通ってたのですが、学校では秘密にしていました。こういうモノを好きになる人たちって、いわゆるギャル系の女の子たちが好むものを好きになる傾向がないのかもしれないですね。



編：ギャル系の女の子たちはどんなことが好きなの？

Dさん：ファッションとか、今風の男の子が好きなんじゃないでしょうか（笑）

編：じゃあ、皆さんは今風の男の子が嫌いなの？

Dさん：そんなことはないけど、知らないってのはあるかも。

Bさん：何人か（ギャル系の子を）こちら側へ引きずり込んだことがある。PC使ってる子とかいるし。

編：いつでもそういったギャル系の女の子を引きずり込む自信はある？

Dさん：やってみたら面白いって子はいるかも。

Bさん：専門学校時代、ギャル系の子と席が隣同士になったんだけど、その子が商業誌のヤオイ漫画を読んでたんでかなり驚いた。

Dさん：私はヤオイにハマったのが受験期だったんですけど、勉強は嫌いだったんで、古本屋へ行って読みあさって。それから自分も描くようになって、本を出すようになりました。去年の夏ごろからゲームを作るようになりました。

編：それ興味あるなぁ。読みあさるって。そんなに面白かったんですか？

Dさん：初めて見たというのもあるのかも知れないですけど、よくわからないまま「凄いものがあったぞ！」って感じで。じゃあこれはつきつめていけば、どんなものがあるのかな？　と思って読みあさりました。

編：つきつめたかったの？

Dさん：思い返して見ると、自分

○**攻め**
キスやSEXの時に襲う側。レズ用語で「タチ」のこと。
ヤオイでは、大抵服を着ているが、BLGではすっぽんぽんだ。

○**受け**
キスやSEXの時、受身側のこと。レズ用語で「ネコ」のこと。
発展形として、「誘い受け」「襲い受け」などもある。

○**『王子様Lv.1』**
人気エロゲーメーカー「アリスソフト」の女性向ブランド「アリスブルー」2作目のソフト。わがまま王子様と従者とのラブラブストーリー、もちろん男同士。

○**ギャル系**
渋谷や原宿にいる、派手な服や激しい化粧をしている女性のこと。ちなみに、男版はギャル男と呼ばれる。

○**少コミ**
小学館発行「少女コミック」。少女マンガのH化へ向わせた人気漫画「快感フレーズ」を連載していた人気雑誌。

○**プチバースディ**
10代前半の女の子向け、占いやオシャレ中心の口コミ情報誌

○**花ゆめ系**
女性読者中心の、ストーリー重視のマンガを掲載している雑誌。オタク層に支持されている。同人作家出身がかなり多い。

○**『聖バレ』**
業界初のBLG『聖バレンタイン学園』の略称。「BLGが出たことが嬉しかった」と評価される。

○**『BOY×BOY』**

BLGを購入する女性の印象は？	購入している当事者ですが、このような質問を設ける方々にBLGを語られるのは心外かも。（北海道　田中千広）

げっ！ ホモゲーを愛する女心って？

は思春期だったのもあるけどエロ系が好きだったんで読んでたのかも知れないです。
Ｂさん：一時期あるじゃないですか。エッチなことが気になるって。そういう時期に読むとけっこうハマるかも。
編：でも、そのころだと男女のセックスにも興味が湧く時期じゃない？
Ｄさん：それが「現実世界」と「架空世界」じゃないんだけど、男女のものを読むとナマナマしく自分に迫ってくるみたいで恐いんですよ。
編：女性向けの、男女モノの作品ってないの？



ある時期に触れるとどっぷり浸かってしまう。そんな魅力がＢＬＧにはある（『蒼黒の月』より）

Ｂさん：ヤオイにハマらない人は、「少コミ」とか、「プチバースデー」とかに行くみたいです。
Ｄさん：「少コミ系」と「花ゆめ系」にわかれるよね。
全員：そうそう（笑）
Ｄさん：「少コミ系」は、けっこうナマナマしくて、やるかやらないかドキドキしますよね。
編：ヤオイって普通の恋愛にも表れるんですか？
Ｄさん：なったことがないからわからないです（笑）
Ａさん：恋愛している場面では自分を置き換えてはいるんだけれど、キャラはキャラでしかないんです。
編：創作するうえではどうなの？
Ｄさん：主人公が「受け」になったり「攻め」になったりするんですけど、主人公攻め視点だと書きにくいですね。シナリオを書くうえで想像できないですけど、客観的に書いています。

女性も男性もホントは同じなんじゃない？

編：いままでどのくらいＢＬＧにお金を注ぎ込んだんですか？
Ｄさん：数10万円かな？　ゲームだけにかぎれば、それほどではないんですけど……。ソフトって1本８０００円とかしますよね。それを10本買ったとしたら、もうすごい金額ですよ。
Ｂさん：私は声優さんを追っかけるので、その声優さんが出てるＣＤやゲームを買うと、軽く10万円は超えますよね。ＢＬＧソフトだけでも、ほとんど出たものは買っているので10数万円かかりますけど、その他の小説やマンガを含めると50万円くらいいくかもしれないですね。男の子は新作が出るとガっと全部買いますよね。女の子は新作が出ても買わないんですよ。
Ｄさん：そうそう、棚に並んでいるのをじーっと見て、手に取って、また戻してって（笑）
Ｂさん：新作が出て、1ヶ月、2ヶ月……。攻略サイトも出尽くしたって、みんなが買い始めたって噂がたって、それで初めて買うみたいな（笑）
Ｃさん：男の子は3週間前の新作なんて見向きもしないけれど、女

『聖バレ』に続いてＫＩＮＧから発売されたＢＬＧ。人気声優が喋るＢＬＧが出たと、当時の女の子は狂喜乱舞した。

○ギャルゲー
女の子ばかりが登場するゲームの愛称。エロ有りは「エロゲー」と分けて言う人もいたが、最近ではギャルゲー＝エロゲーとなっている。

○ソフマップ
秋葉原で数十店舗かまえた大規模パソコンディスカウント店。中古エロゲーの中に、ひっそりとＢＬＧコーナーがあり、ボーイズ担当店員も実はいる。

○『遺作』
エロゲーメーカーの老舗「ｅｌｆ」から発売されたソフト。ＰＣ98～Ｍａｃ版まで幅広くフォローしているエロゲーだ。

○カップリング
好きなキャラ同士を「カップル」と結びつける時に使う言葉。
会話中「好きなカップリングは？」と聞くと、ほぼ間違いなく　男×男のカップリングが返ってくる。ちなみに、男女カップリングのことを「正統派カップリング」と呼ぶ。

○萌える
好きなキャラを見た時に、「ほわ～ん」となる、幸せな感じ。

○ＫＥＹ
人気ソフト『ＡＩＲ』『Ｋａｎｏｎ』を出しているエロゲーメーカー。絶大な人気を誇り、『ｋａｎｏｎ』はテレビアニメにもなっている。

○アリス
エロゲーメーカーの老舗。ＢＬＧにも早い時期から参入し、現在2本発売。女性層にも支持されている。

BLGを購入する女性の印象は？　性力旺盛な引きこもり。（埼玉県　耳だれ.COM）

の子は全体的に常に売れている感じですよね。男性向けは再販もされないし……。
編：そこに男と女の違いってありますか？
Dさん：女の子の方が、作品に対する愛が強いですよね。思い入れとか、楽しみ方とか、しゃぶりつくすような。
編：皆さんはソフトを購入する際は1人で買いに行くんですか？
Dさん：1人でも行きますけど、3〜4人で行ったりしますね。主婦の方は通販かもしれないです。
編：まあ時間もないしお子さんもいるだろうしね。
Dさん：私が初めてBLGを買ったのが、まだ『聖バレ』と『BOY×BOY』しか出ていないころで。当時はギャルゲーで遊んでいたんですが、たまたまソフマップでBLGを見かけて、とりあえず『BOY×BOY』を買いました。
編：なんでギャルゲーをやってたんですか？
Dさん：幼なじみの友達に薦められて始めたんです。幼なじみが学校の友達から借りてきたものをまた借りしてきました。
編：ギャルゲーは男視点ですよ。
Dさん：いえ、面白いですよ。
編：ギャルゲーって、エッチなのじゃなくて全年齢対象の？
Dさん：いえ、アダルトモノです。最近は女性ユーザーを意識してホモのシナリオを入れたりしてますし、入っていなくてもストーリー性があれば男性視点でも楽しめます。
Eさん：私は『遺作』が好きです。
編：『遺作』って完全に変態ゲームですよね？
Eさん：でも、進めてる分には逃げてるだけなんで。助けきれなくて、いろいろやられちゃうゲームですが。
編：ほとんど「やられちゃう」部分に重きを置いているんですよね。そのシーンばっかり沢山ありますよね。
Dさん：結局、主観では見ていないので、女の子にも男の子にも、遺作にもなっているわけではなくて。客観視なんですよ。美少女ゲームって男性ユーザーのために作られているモノじゃないですか。あれだけ数あれば、良い物もあれば楽しい物もある。そういうのは認めているんですよ。エロエロで、主人公がただやってるだけってのには興味はないですけど。
編：じゃあ男の人が趣味でエロゲーやってて、1人エッチしてるって許せますか？
Dさん：むしろ「貸せ！」って言いますね（笑）逆に、1人エッチしてない人はどうやって生きてきたの？　メンタル面で萌えてるの？　普通にゲーム好きな男の子なら通ってきたんじゃないのかな、と思います。
編：彼と一緒にはやっていないですよね？
Dさん：一緒にはできないんじゃないですか。見方が違うし。
Bさん：彼氏はやり方が違うんですよ。内容を楽しんでるのもあるんですけれど、エロシーンだけ見て飛ばしたりもするんで。
編：そりゃそうですね。貸せって言われても、陵辱モノはダメなんですよね？
Dさん：そこに「そうしなければならない理由」があればいいんで



すが、陵辱だけってのはダメです。
Eさん：別に触手モノだったとしても、見ろと言われれば見れますが、楽しくはないですね。
編：男が男を陵辱するゲームはどうですか？
Dさん：それ、BLGに必ずいますよ。そういう「陵辱キャラ」が。王道ですよね。
編：男にもいろいろあるんですよ。「ロウソクが好き」とか（笑）
Dさん：女性は好みの例外が多すぎるんだと思います。この時はこうだけど、このカップリングだと

BLGを購入する女性の印象は？　「アンタも好きねぇ」といった感じです。（岡山県　RYO）

げっ！ ホモゲーを愛する女心って？

こうだ！ とか。

Dさん：絶対ダメと思ってたキャラが、こういうシチュエーションならOKとかってのもあります。

Bさん：つまるところ、ストーリーが好きかどうかなんですよ。その中にもさらにストーリがあって、それぞれが好きか嫌いかとか……。

Bさん：男性はそこまで考えないんじゃないですか？ 女の子は話全体を組み立てるのが好きなんで、そこが違うんだと思います。だからエッチな場面をポンと出されてもダメなんです。萌えるシチュエーションがないと。

Dさん：逆に男の人の方がイラストだけで色々考えられる分、想像力があるのかもしれないです。

Aさん：女性向けのエロ本がないのも、そういう理由なんじゃないでしょうか。

Dさん：たとえば、ギャルゲーで女の子の裸の立ち絵があったら、男性は「おおっ！」と興奮するじゃないですか。

Bさん：女の人は、いきなり裸で立っているの見ると、「この人何してるの？」みたいな（笑）

編：じゃあ、たとえばBLGソフトの広告は文字だけでも効果は有り得るってことですか？

Dさん：逆にCG出すと非難されたりします。「このシーン出すなよ」って、先に見て萎えちゃう。

Dさん：私なんかもチラリズムの方が……。

編：それは男にもあります。いきなりドッカーンと見せられてもねぇ。

全員：（爆笑）

Dさん：そういう意味で日本人のモザイクはチラリズムなんですよね。男性の痴漢は多いけれど、女性の痴漢は少ないですよね。



「なぜこんなことになったのか」という理由が必須。
（『birdie～ぼくらの恋愛心理学～』より）

Bさん：BLG系サイトを作る時、フリー素材で男性の作ったものを借りる際「いいのかな？」って思うんですよ。

Eさん：そうそう、音楽系のサイトでも、18禁に使用するのはダメというのもあるんですけど、女性向けに使うのもダメってところもありますよね。

Cさん：理解しなくてもいいから、黙認してくれって感じですよね。

Bさん：男性も女性も本当は同じなんじゃないですかね？ 女性だって、本当はわき毛だって生えるし、しかも、ギャルゲーみたいな性格な女の子は現実にいないじゃないですか。あれだってファンタジーですよ。

Aさん：そうそう、「転校してみれば、どうやらみんな俺のことが好きらしい」とか、「妹がだんだん増えていって、どうやらみんな俺のことが好きらしい」とか。

全員：そうそう（爆笑）

Eさん：たぶんBLGも同じなんですよね。「みんな俺のことが好きらしい」って。でも違うのが、確固たる理由があるところ。始めは反発したとか、なんらかの偉業を成し遂げたとか、ひかれる要素がある点ですよね。

Dさん：ギャルゲーには、主人公にひかれる理由がないんです。

Aさん：でも、ギャルゲーでも女性に人気がある作品だと、ちゃんとした理由がある。「key」のシナリオは男性ですけど、「アリス」は女性で、人気のある原画家も女性が多いんですよね。

編：結局、お話を聞いていて、男がエロゲーをやるのと同じかなと思いました。要は好きだから、ドキドキするから、萌えるから、興奮するから、様々な要素が入るんだけど、そのひとつなり2つなりが組み合わさって、喜んだりするのは同じ。ただ見せ方とか形は違うだけで、同じかなって。

Dさん：でも、女性はエロゲーを否定しないけれど、男性はBLGを否定しますよね。

編：題材が男と男だからですよ。どうしてもそこだけを見ちゃうから。

あまのむらくも：普通にアニメマンガゲーム好きだったのが、いつの間にか「ヤオイ」ジャンルに流れ着いていました。不思議に思いつつ、ウサギと戯れています。

BLGを購入する女性の印象は？ 登場人物はいわゆる「美少年」ばっかでしょ？ だったらウケて当然。（宮崎県 ぷうかJターボ）

知らない人は知らない世界……

ヤオイ＆BLGの歴史はつねに動いていた!!

この数年、ボーイズラブゲームが一挙に発売された。その背景には我々が知らないところで発展を遂げていた「ヤオイ」があった。

つかみどころのない不思議なコトバヤオイ

一体「ヤオイ」って何でしょう？「BoysLove（以下、BL）」という言葉もあれば、「JUNE系」とも呼ばれるものもある。どういった区切りで、どう呼ばれているのでしょうか？ 読者のなかには「初めて聞く言葉だ」という人もいるかも知れません。一般的な言葉とヤオイ用語と呼ばれる言葉では、意味合いが変わることも多い。「総受け」「総攻め」「下克上」「擬人化」「誘い受け」……。語りだすとキリがないので、今回は簡単に「ヤオイについて」と、「ボーイズラブゲーム（以下、BLG）の歴史」について追ってみましょう。

ヤオイのルーツを探るべく、年配の女性の方々に相談してみたのですが、ヤオイの題材としていたものとして、『グレンダイザー』や『マジンガー』というTV番組名がボロボロ出てきて、ゲーム『スーパーロボット大戦』に出てくるようなアニメがリアル放映されていた時から、ヤオイはあったんだなと感心してしまいます。

アメリカにもヤオイと呼ばれるものは存在し、TVドラマ『スタートレック』の「カーク／スポック」などのものがあったそうなので、'60年代にはヤオイがあったことがわかります。ちなみに、日本ではカップルの間に「×」を入れるのが一般的ですが、アメリカでは「／」が使われています。しかし日本のアニメマンガ文化が流出し、近年では「／」よりも「×」の方が世界的に主流になりつつあります。

「ヤオイ」も国際語になり、つい先日もサンフランシスコで『YAOI COM』と呼ばれるコンベンションがありました。アメリカはリアルホモが多いので日本よりも「ヤオイ少女」は変態視され、なかなか肩身が狭いそうです。ヤオイはリアルホモではなく、幻想（ファンタジー）の世界の産物なのでまったく別のものです。

元々、「ヤオイ」とはストーリーを意味し、ヤマもオチもイミもないことを言っていたのですが、それはあくまで語源であり、今ではあまり当てはまりません。今のいわゆる「ヤオイ」ものはストーリーの起伏がしっかりとしたものも多く、逆に男性向けギャルアニメの方が平坦なストーリーが多いかと思われます。

『JUNE』とは雑誌名で、創刊は古く'78年『Comic JUN』という名前で発売、'79年2月に『JUNE』と名前を変えました。その後その名前が定着し、同人誌などでのオリジナルヤオイジャンルも「JUNE系」、「オリJUNE」を名づけられ定着しました。それだけ衝撃的だったのでしょう。

しかし、アニメ『サムライトルーパー』放映後、爆発的なヤオイブームが起こると、各出版社からヤオイ関連雑誌が創刊。人気同人サークルが出版社を創立するなど、続々と各出版社がヤオイ雑誌を発売していきますが、『JUNE』は本の名前なので、そのまま使うことはできない。そういう背景から、様々なコピーが生まれました。'88年1月『KID'S』では「イケナイ・オンナノコ・コミック」と標記され、'90年に創刊された『GU

ST』には「YAOI COMIC」と標記されました。そんな中、白夜書房から'91年12月に発売された『イマージュ』で、おそらく初めて「BoysLove」という言葉が使われます。

雑誌『ぱふ』編集部の方の見解では、'98年6月号で『BoysLove』という言葉を使い、それから広がった」そうです。

現在の言葉の使われ方を観察してみると、以下のように使い分けられています。

Ⅰ：「ヤオイ」
パロディホモ同人誌など。

Ⅱ：「JUNE系」
オリジナルホモ同人誌、雑誌『JUNE』パロディ同人誌など。

Ⅲ：「BoysLove」
商業ホモ漫画、商業ホモ小説、商業／同人ホモゲームなど

年代や世代によっても解釈が異なりますが、今の10代や20代女性の会話から抽出すると、こんな感じになります。

BLGプレイヤー分類

JUNE系 もっと「やおい」の世界にハマりたい

基本的に男×男ストーリーが好きな方々。何百冊もBL小説を読み、BLドラマCDも聞く。年齢層も高く、一通りのやおいジャンルに手を出したい。

声優ファン系 大好きな声優さんが起用されているからPLAYしてみたい

BLも好きだけど、声優のおっかけに近い。「好きな声優さんが出ていないBLGには特に興味も湧かないが、面白い作品ならやってもいい」といった方々だ。

ゲーマー系 折角パソコン買ったんだし、パソコンでもゲームがしたい

基本的にゲームが好き！　女の子だし、BLも好き！　といった方々。BLGに特にこだわりは無く、FFや幻水など、他に面白いゲームが出たら、そっちへ行ってしまうだろう。

アニメ/マンガ系 別にアニメや漫画で満足。アニメの放送していない時間に少しPLAYしてみたいかも？

一番BLGに遠い位置にいる。「ゲームのためにアニメの時間を削るなんて信じられない」そうです。年齢層も一番低いが、一番底力のある層。

そして時代はボーイズラブゲームへ……

では、ここからは「BoysLoveGame」（以下、BLG）について追っていきましょう。

女の子向け恋愛ゲームには2種類あります。

①主人公が女の子で男の子に口説かれる「乙女ゲー」

②主人公が男で、男に口説かれる（口説く）系「BLG」

女の子向け恋愛ゲームは、'94年9月に発売された『アンジェリーク』（SFC）を皮切りに徐々に広がっていきました。その後『アルバレラの乙女』など他メーカーからも発売され、'98年には『卒業M』が発売されました。

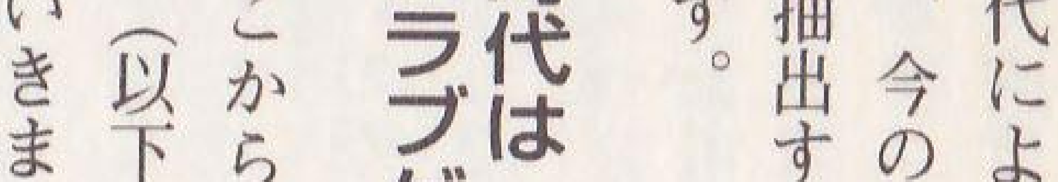
同年、キャラデザインに人気の漫画家「土屋杏子」を起用した作品『ブラックマトリックス』（SS）が発売され、裏技で主人公を男にできることから当時の女の子は狂喜乱舞しました。

女の子向け恋愛ゲームに少しずつBL要素を含んだものが発売され、'99年1月に初の「BLG」と呼ばれている『聖バレンタイン学園』が世に出ます。

しかし、バグを含んだ内容、突然のメーカー倒産という悲劇を生み、伸びると思われたBLG業界はしばらく停滞します。

同じく'99年4月には、有名声優を起用した『BOY×BOY』の発売、アリスソフトの「BLG」参入、2000年3月には『隠れ月』が発売されます。アリスの参入と、「出ないなら自分で作っちゃえ」という思いがきっかけとなり増えていったBL系同人ソフト。

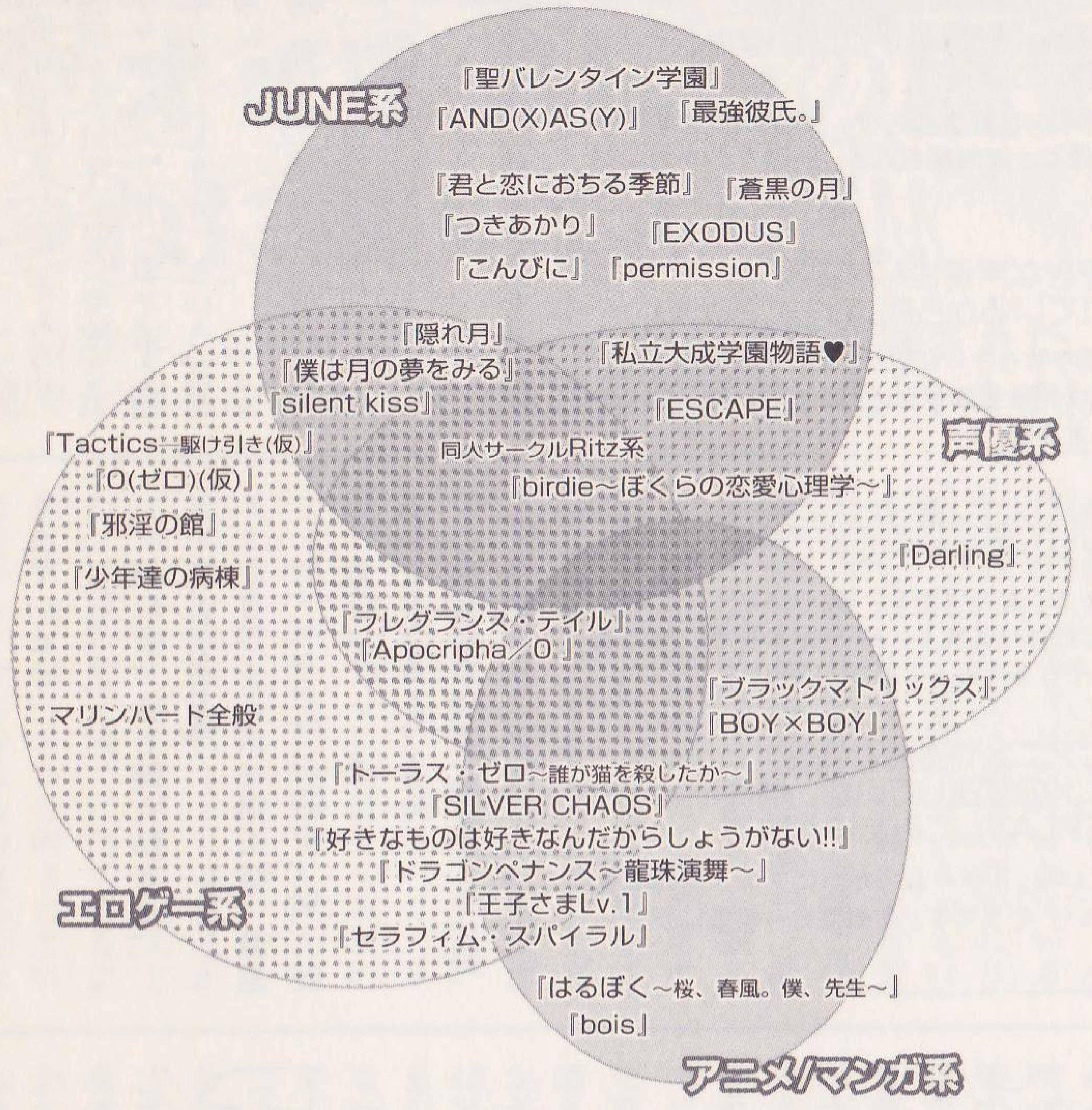
ユーザー層の比率



BLGを購入する女性の印象は？ ギャルゲーを購入する男性とお互い様です。だからエールを贈ります。（茨城県　超議長）

その後、それまで様子をうかがっていたソフトメーカーも続々と参入し、年間5本程度だった女の子向け恋愛ゲームが、2001年には一気に30本以上発売されました。各メーカーの親ブランドがエロゲーメーカーということありますが、「乙女ゲー」では表現し難かった性描写も「BLG」ではどんどん過激になっていき、結果的に「乙女ゲー」の発売本数を大きく上回っていきます。

独断と偏見によるBLG分類



あまのむらくも：会社でBLG企画がはじかれていた頃が懐かしく思えるくらい、巷ではBLGで溢れています。自分もライターとして関わることになろうとは（笑）ウサギと戯れつつ、不思議に思っています。

エロゲー系雑誌に試験的にBLG情報が掲載されていた記事が、その後「電撃若スペシャル」（メディアワークス）として発刊。その他にもBL誌から生まれた「GAMEピアス」（マガジンマガジン社）が発刊され、BLGは最盛期を迎えます。

女の子向けソフトが「JUNE系」の流れを多く含んでいるのは、『アンジェリーク』の影響や、ジャンル的にBLドラマCDに近いノリなどが原因でしょう。

実際、CVに人気声優が起用され、声優ファンも大量にBLGを買うようにもなりました。エロゲーとは違い、BLGは有名声優が名前を出して発売されるので、ファンにとっては買いやすいのだと思われます。

2002年は、さらに本数が増え、新規ブランドも増えて行くでしょう。性描写も過激になっていくでしょうが、エロゲーメーカーが男性向けソフトと同じ感性で作り続ける限り、女の子のニーズに答えたソフトを出すのは難しいでしょう。『アンジェリーク』は女性たちの夢をゲームにしたのに対し、エロゲーメーカーのBLGは所詮BtoCの図式にのっとって制作しているのですから。エロゲーの方程式に則って制作、販売している限り、一見エロゲーにしか見えないソフトにしかならないし、実際、「女の子しか描けない原画家にむりやり男を描かせているのでは？」としか思えないソフトもあります。

作りや塗りは素人でも、「BLG」は同人ソフトの方が活気があるのは、作り手と買い手に思考の差が少ないからでしょう。

男性主導型の業界（ゲームに限ったことではありませんが）で女の子が主導を握ってソフトを開発するのは現実的に難しいですが、質の高いソフトも確実に存在します。しかし「出たら全部買う」時代はもう過ぎています。新規ブランドもこれから確実に増えていくでしょうし、各メーカーはこれからが正念場でしょう。

※BtoC：企業と消費者の関係のこと。

ボーイズラブゲームの先駆者

聖バレンタイン学園という事件



商業ベース初のボーイズラブゲームソフトといわれている『聖バレンタイン学園』。現在の業界の盛り上がりを見ることなく倒産してしまったメーカーの軌跡を追う!!

乙女ゲー全盛期にボーイズラブゲーム（以下、BLG）という一石を投じたソフト『聖バレンタイン学園（以下、聖バレ）』。しかし、突然会社は倒産し、その後数年間、BLG業界自体が衰退してしまった。

霧の中を模索するように元制作者にアポを取り、取材をすることに成功した。BLGがなかった当時の時代背景を考えつつ、『聖バレ』の男性プロデューサー（以下、プ）にお話をうかがった。

プ：あらゆるキャラクターを男×男の恋愛モノに持っていくという「やおい」の漫画や小説が、男の目から見て面白かったんです。買う側もみんな真剣で、コミケ会場では買ってすぐ廊下で読んだりしてて、インパクトが強かったんです。男性向けのエロもあったけど、それより魅力的に感じました。その時、たまたまゲームに「ヤオイ」はなかったし、企画があることは聞いてても、みんな挫折。「なぜかな？」思ったんです。

『聖バレ』を生んだ（株）デジタルミッションは企画会社で、エロゲーも作っていました。もちろん社員は男ばかり。そこにレディースのゲームやると決まった時の反対は凄かったです。「ヤオイに抵抗がある」「誰も買わない」と社員は言いましたね。でも逆に、絶対男が買わないゲームを作りたかったんです。

社員の反対を押しきって新規の女性メンバーを集めた。有名どころを集めた手堅いものではなく、人づてやイベントで声をかけた女性たち。アリスなどもBoysに参入する時、求人で女性スタッフを募っていた。やはりBLGは女性の意見を取り入れて作ろうと意識してのことだからだろう。プロデューサーはオブザーバー的な立場に立ち、現場は女性スタッフが中心となる。背景や塗り、プログラムは男性。今のBoys制作会社の体制とおおよそ同じである。販売はどういった感じだったのだろうか？

プ：流通を通さないで、直販も兼ね、コミケに持ち込んで処理しようと考えました。最低限3000本作れば充分ペイできますから。



キャラクターはデジタルセルのような塗り。背景は3DCGで制作されている。奇抜なキャラだがなかなか魅力的だ。

——しかし、実際はショップからの要請もあり、流通を通しての販売となった。『聖バレ』も某流通の専売となり、全国のショップに置かれた。取り扱い店はユーザーによってネットで情報交換され、熱意のある女の子たちの間に急速に広まり、ショップには女の子たちが集まった。現在ほどネット人口が多くない時期にだ。

その後、セーブができないバグ、画面が消えるバグが見つかり、HP上でサポートをした。その他にも、メールでの問い合わせには事細かに対応し、人生相談にものったりとユーザーと密接な関係を保ち続けた。ユーザーが会社に遊びに来るという、一般的なゲーム会社からは考えられないことも行われていた。

PSへの移植を意識した制作、エロシーンを入れなかったのはプロデューサーのこだわり。しかし（株）デジタルミッションは倒産、ソフト入手は困難な状況となり、会社自体、連絡不能となった。『聖バレ』の売上げの問題かとユーザーは考えていたようだが実はそうではなく、同社で並行して動いていたエロゲーが原因とのこと。現在は若手育成に励んでいるようだ。この業界のパイオニアとして再びBLG制作をして欲しいと心から祈る。

あまのむらくも：『聖バレ』は当時憧れのソフトでした。入社したいなぁと問い合わせ先を探している最中、潰れてしまいました。本当に残念です。再起して欲しいと、ウサギと戯れつつ、心から思います。

BLG盛況で変わるゲームショップの対応

男性客がほとんどだったゲームショップ。ところがBLGの登場で、女性客も頻繁に利用するようになった。店側はこの現象をどう捉え、どのような対応をしているのだろうか。

マイノリティに秘められた可能性

ボーイズラブゲーム（以下、BLG）はゲーム業界の中にあって歴史の浅いジャンルであり、一般の認知度は低いと言わざるをえない。それは発表されているソフトの絶対数自体が少なく、情報も広く目につくものではないからで、はっきり言ってしまえばマイナーなのである。コンシューマゲーム中心のライトユーザーが存在すら知らなくても不思議ではないだろう。

しかし、一般の認知度は低いとはいえ、近年のBLG市場は着実にその環境を整備しつつある。その現状を知るべく販売店の話を聞いてみた。取材に応じてくれたのは、秋葉原メッセサンオー本店店長・金寿彦氏である。

「ボーイズラブのPCゲーム市場が小さくてビジネスになりにくいっていうのもあって、どの企業も片手間的にやってる部分があったんですよ。でも、もともと女性向けのボーイズラブは男が軽く考えるほど浅い歴史じゃなくて、コミケとかであれだけ大きなものになってくると、さすがに無視できない。そうやって企業が有名作家や有名声優を起用するように力を入れ始めたのが2000年頃ですね」

金氏がこう語るように、近年のBLGはビジネスチャンスとして見られるようになったようで、タイトルの多くは2000年以降に発表されたものだ。しかし、あくまで「チャンス」であって、確固たるビジネスとするには、前述したようにタイトルの絶対数がまだまだ不足しているのが現状。販売店にとって商品のバリエーションは不可欠なはずで、どのように対処しているのか。

「当初は企業のものだけを扱っていたんですが、同人もので売れているソフトを扱えないかということになったんです。サークルさんもBLGを広めたいっていう部分があるんで、業界全体のことを考えれば即売会だけじゃなくて幅広く置いていこうということになって。ご協力いただくようになってから一気にボリュームが増えたんですよ」

これにくわえてメッセサンオーでは、企業のソフトに対して売れる売れないに関係なく仕入れを行わない、すべてを扱うスタイルをとっているそうだ。本来は仕入れの前段階で選別があり、仕入れた後も売れ行きが芳しくなければ陳列から外すといった方法がとられるはずである。しかしソフトの絶対数が少なく、新作が登場するまでのスパンが長いBLGでは、なにより客の選択肢を多くすることが優先されているのだ。あまりに消費者寄りで利益度外視のようにも映るが、実際にはこれが功を奏することになる。たとえばその様子を観察した企業が、今後のBLG市場に興味を示す場合もあるのだという。

販売店が市場拡大に努力するのは当然とはいえ、ここまで献身的な態度を見せるジャンルはそうないだろう。それというのもBLG自体は未だマイナーでも、「ヤオイ系」を好む多くの女性の声が、ユーザーサポートなどを通して販売店にも届いているからである。つまりゲームに対するユーザー層の

BLGを購入する女性の印象は？ 印象は良い。友達になれそうだ。（神奈川県　ねむき）

比率が大きく、市場が拡大する可能性を充分に秘めたジャンルだと認めているわけである。こういった女性ユーザーの開拓は、業界が勢いを取り戻すきっかけになるだろう。

女性の女性による女性のための店作り

しかし、これまで良くも悪くも「男性社会」だったゲームの世界である。女性客への対応は販売店でも慎重にならざるをえないようで、メッセサンオーのBLGコーナーにはそういった配慮がいたるところで目につく。

「通販だけじゃなくて、直接お店に来るお客様も意外と多かったんですよね。そこでエロゲーコーナーの片隅にポツンと置いてあるような他店と同じことしても意味がないわけで、ウチでは女性のお客様が気軽に買いやすい環境を作るために、女性のスタッフを多めに置いてます。スタッフは皆ボーイズを一生懸命勉強してくれていて、お客様と簡単な言葉のキャッチボールができるようになってますね。男性にはわからないことかもしれないけど、言葉が出るのってだいぶ違うらしいんですよ」

この他、コーナーを仕切って空間化したり、BLGを勉強したスタッフによる女心を得たコメントポップなど、女性ならではの発想である。今後は女性スタッフを増員し、最終的には女性専門フロアへの移行も視野に入れているそうだ。「お客様が女性に変われば、店も変わらなくちゃならない。たとえば男性だったら3つの条件をクリアすれば、とりあえず買っとくかみたいなところもあるけど、女性はその条件が5とか10かもしれなくて、そのすべてを満たさないと財布のヒモは緩まないような部分ってあるじゃないですか。しかも一度失敗したとして、次がんばるから許して、なんてきかない。だから10の条件を段階的に用意してる場合じゃなくて、一気に満たさないと。それだけ女性のお客様は真剣なんで、こっちも誠心誠意の対応をしてますよ」


今は1コーナーにすぎないが、遠くない将来BLGソフト専用フロアができるかも知れない。

条件のひとつであろう店舗の改装も、販売店の慎重な決意の表れだ。いやはや女性の扱いはあきれるくらいデリケートなものだが、それを知る女性の視点は必要不可欠。BLGは、女性とともに発達していくのである。

最後に、取材中の雑談レベルではあったが金氏の口からおもしろい構想（？）を聞くことができたので記しておこうと思う。

「防犯上、男性スタッフもフロアにひとりは必要なんです。で、女性スタッフとのミーティング中に冗談で、〝いっそ男はソムリエみたいな格好にしちゃおうか？〟って言ったら〝それイイ！〟って言うんだよね。う〜ん、深い。ボーイズラブは深いよ！（笑）」

松田剛（まつだ・つよし）：最後に触れた構想にはソムリエ風のほかに学生服もあるらしいです。カッコイイ男性が応募してきて実現した日には、『メッセのソムリエ×学生服』なんてボーイズゲームが同人から作られたりして？

店長に内緒で売り場を覗かせてもらいました

メッセサンオーでは、ネットを介して通信販売でもボーイズラブゲームソフトを扱っている。しかし、ショップまで実際に足を運ぶ女性も多いようだ。取材したこの日は土曜日の午前中だったが、つねに1〜2名の女性客が入れ替わり立ちかわりしているような状況だった。10代の女の子が何人か集まってBLGソフトを買いにくるパターンもあるという。

BLG専用コーナーと聞くと、男性向けアダルトゲームショップのような、ある種の湿り気が漂った独特な空間を想像しがちだが、そんなことはない。「18禁」という言葉に過敏に反応し、後ろめたさを感じているのは男性だけで、女性にとってはさして問題ではないようだ。

また、隣の家庭用ゲームソフトのコーナーからたまたま流れていった男性客がBLGソフトに興味を示し、手に取って眺めていたのも印象的だった。

（編集部）

BLGを購入する女性の印象は？　特異な存在ではないと思う。（埼玉県　おちょこ）

かなり詳細

BLゲーマーデータ完☆璧☆版

とあるボーイズラブゲーム系サイト上で実施したネットアンケート。
これがボーイズラブゲーマーの平均的な姿デス。

性別を教えてください。

女性です……90%
男性です……10%

貴方の年齢を教えてください。

10～14歳です……2・5%
15～19歳です……20%
20～24歳です……25%
25～29歳です……35%
30～34歳です……10%
35～39歳です……7・5%

職業はなんですか?

会社員です……45%
学生です……22・5%
主婦です……12・5%
フリーターです…10%

実家にお住まいですか?

実家です……70%
一人暮しです…25%

ボーイズラブゲームのソフトを何本持っていますか?

5本以内です……52・5%
6～10本です……30%
11～20本です……7・5%
20本以上です……10%

ボーイズラブゲームを初めてプレイしたのは何歳の時ですか?

20歳未満の時です……35%
21～24歳の時です……22・5%
25～29歳の時です……30%
30～35歳の時です……10%
思い出せません……2・5%

ボーイズラブゲームはどの機種で遊びますか?

ウィンドウズです……97・5%

初めてプレイしたBLGソフトは何ですか?

『BOY×BOY』……17・5%
『好きなものは好きなんだからしょうがない!!』……17・5%

現在、彼氏(または夫)がいますか?

いません……65%
彼氏がいます…20%
夫がいます……12・5%
彼女がいます…2・5%

彼や夫は、貴方がボーイズラブゲーマーだと知っていますか?

知っています……43%
知りません……57%

彼や夫ができたらボーイズラブゲームをやめますか?

やめませんが隠れて遊びます……25%
やめませんし隠しません!……75%

いくつになったらボーイズラブゲームをやめますか?

25～29歳です……2・5%
30～34歳です……5%
44～49歳です……7・5%
絶対やめません!…85%

〈平均的ボーイズラブゲーマー〉

実家で暮らす20代後半の会社員女性。10代のころからボーイズラブゲームにハマり、数本のソフトを所持。コレから先もボーイズラブゲーマーをやめる気はない。

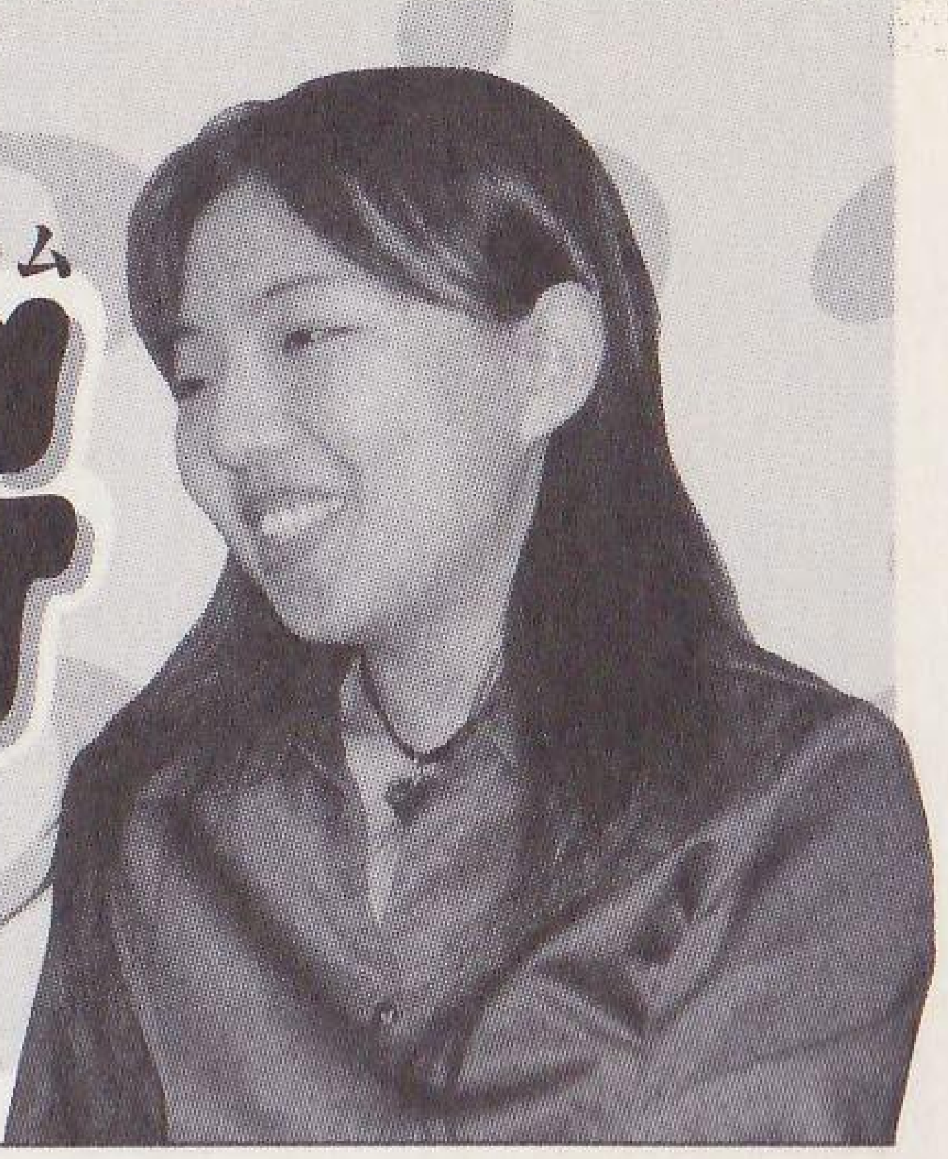
※アンケートにご協力いただいた42名の皆様、どうもありがとうございました。(編集部)

BLGを購入する女性の印象は?　主人公に感情移入するの?　相手に?(東京都　西双版納)

主婦ユーザーに聞く

なぜにそこまでB♥L♥G（ボーイズ・ラブ・ゲーム）

旦那さんと仲良く取材現場に現れたスリムな女性。一見普通の若奥様だが……。



ボーイズラブを愛する主婦に直撃インタビュー

—やっぱりゲームをするのは旦那さんがいない時ですよね？

主婦：夜、旦那が寝たあとです（笑）。別に隠れてやってるわけでもないんですけど、一緒に遊ぶわけにもねえ。

—BLGが好きということは旦那さんには打ち明けている？

主婦：私たちはそうですけど。やっぱり、周りの友達は隠してますね。旦那さんが、コミケにも行ったことない人だと大変みたいです。コンシューマのソフトをひとしきり旦那と遊んだあと、奥さんが自分の部屋で家計簿付けるといってパソゲーするとか。押入にやおいのCDが100本以上ガーッと積んであるので、絶対に旦那にはその押入れを開けさせないとか（笑）。

—旦那さんが稼いできて、奥さんがこっそり、ヤオイに使うと（笑）。

主婦：いや、趣味のために自分で働いている友達もいますよ。自分が働いた分、全部ゲーム買ったりCD買ったり。その方がよけいひどいかも（笑）。

—旦那さんに隠している人はどうやってソフトを買うんでしょうね。

主婦：通販みたいですね。やっぱり近所の人にお店へ入っていくところを見られたらまずいんでしょう。通販で昼に届くようにしておけば、たいてい主婦は家にいるんでバレないですから。

—それなら結婚しなければいいのに、とも思うんですけど。

主婦：趣味はあくまで趣味ですから。普通に小説読んだりゲームしたりするのと変わらないですよね。なんだかんだいってもボーイズゲーに出てくる男の子よりも旦那は大切だし。

—もしも、旦那さんにかっこいい彼氏ができたら萌えます？

主婦：応援しますね（笑）。

同席していた夫：できないよ！（思わずツッ込む）。

主婦：まあ、やっぱりあくまでファンタジーですよね。ただ、みんなで旦那の分類はしますよ。あそこの旦那は攻めだよねとか。そうそう、うちの旦那は受けだ、ってよくいわれるんですよ。

—勝手に受けに分類されてますけど。

夫：いやぁ（苦笑）。

—BLG主婦ユーザーとしての心得みたいなものがあったら教えて下さい。

主婦：そんなすごいものはないですけど。私が気を付けてるのは、家でゴハンを食べるときは一緒に食べる。お酒を飲むときは一緒に飲む。そういうことですね。うちにいる間はお皿を洗わなきゃとか、着替えを出さなきゃとか、主婦として気を付けてますし。

夫：うそ、それホント？（笑）

主婦：えっ、でも、それなりに日常生活には困らなかったでしょ。

夫：……うーん。

主婦：ゲームをするから今は相手できないっていったことはないよね。

夫：だって、そんなこといわなくても、主婦は時間が余ってるじゃない。

—旦那さんは奥さんに不満がある？

夫：いや、それはないですけど……。まあ、僕はPCの自作をするんですけど、一生懸命環境をそろえたパソコンを快適に使ってもらえるという意味では、お互い趣味が合っているのかなと。

主婦：PCをいじっているときは文句いわないもんね。

夫：まあそうだね。

—結局はお互いの趣味を尊重することが大事と？

主婦：もともと付き合いだすときに、同人も含めて、趣味は趣味で絶対に続けるから、という約束をしてあるんです。だから、日曜は出かけるし、修羅場は大変だよ、と。それを了承済みで結婚しているんだから、私がゲームしててもいいよね。

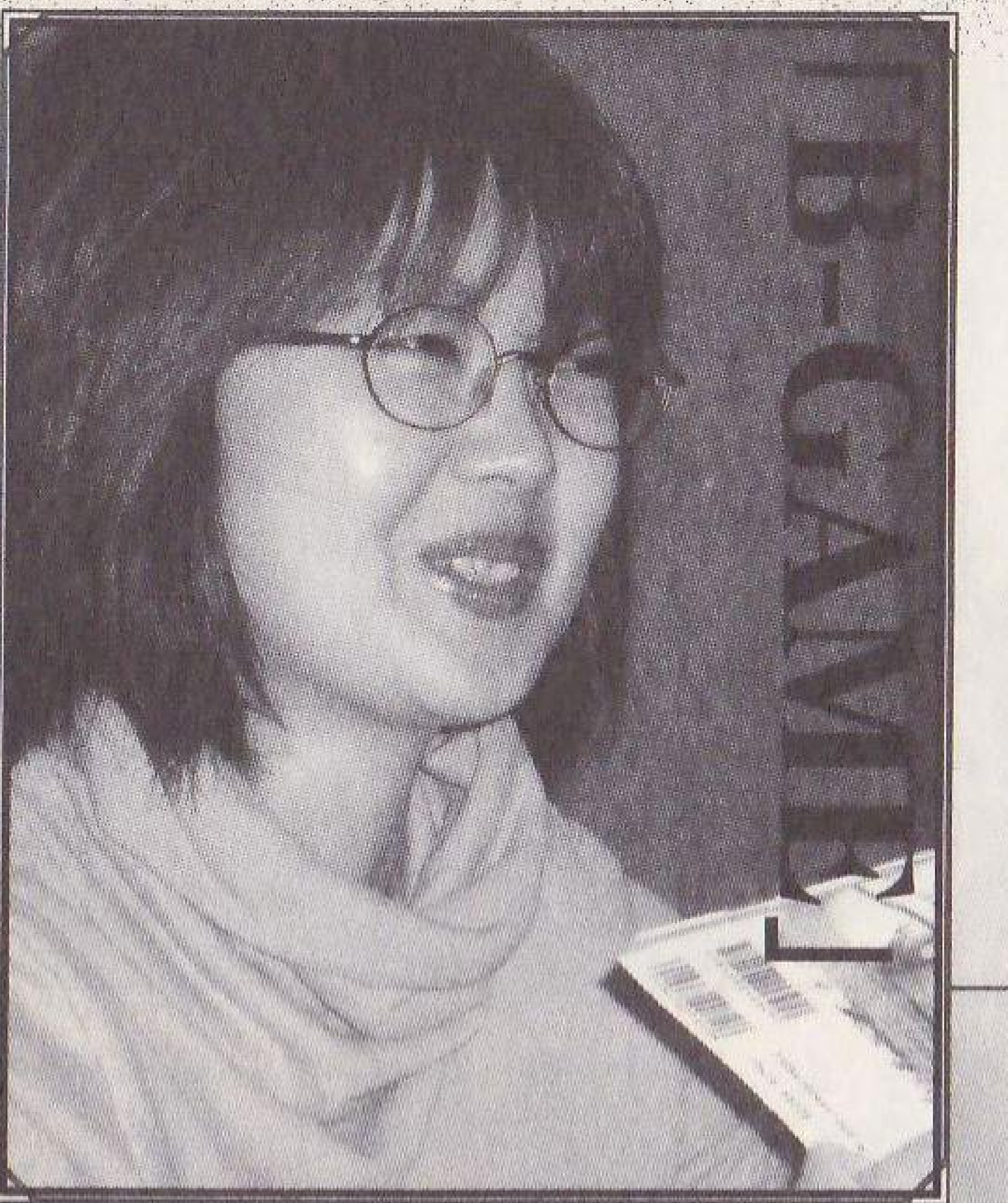
夫：まあね。

—本日はどうもありがとうございました。末永くお幸せに。

対談 山崎まさと

女が思うホモ

を創刊した伊藤文学編集長と
「B-GAME」を創刊した山崎
ズラブとホモ、実際はどこが



山崎まさと（やまざき・まさと）
2000年1月にBLG情報サイト「ボーイズラブ研究所」を開設。同8月にBLG情報誌「B−GAME」を発行。編プロ出身のフリーライター。

それぞれの視点から見る男と男の恋愛模様

――まずお尋ねしたいのですが、伊藤さんはボーイズラブゲーム（以下、BLG）というものの存在を、山崎さんは「薔薇族」の存在を知っていましたか？

伊藤文学（以下、伊藤）：うーん。一度も見たことがないし、ゲームっていうものをまずやったことがないよね。

山崎まさと（以下、山崎）：PCは使われないんですか？

伊藤：使いません。もう見るのもイヤですよね。

山崎：私は中学生のころに「薔薇族」を読みました。友達と5、6人で「ホモの雑誌があるらしいよ」「誰か買いに行け」という話になって。それでじゃんけんで負けた1人が買いに行き、みんなで回し読みしました。「へぇ、こんなのがあるんだ」って。最後のほうにビデオ紹介の記事があるじゃないですか。「今度はビデオを買え」「いや、それはちょっと……」みたいな感じでしたね（笑）

伊藤：いつだったか温泉に行った時に芸者を呼んだんだよね。そしたら、その子も高校時代に「薔薇族」読んだって。だから知名度っていうのはすごい高いのね。だけど知名度が高くなればなるほど買いにくくなる本なんだよね。

山崎：それは「薔薇族」がどういった本か知ってる人が多くなるから……。

伊藤：そう。自分の町に本屋さんがあって、「薔薇族」が置いてあったとしても、そこで買うことはまずできないね。人に見られたらそこでは生きていけないと思いこんじゃうから。車で1時間も2時間も行って買ってると思うんですよ。だから、その時に買わされた女の子も大変な思いで買ったと思うね。「薔薇族」を創刊した最初の5年、10年はすごい熱気だったよ。だってみんな悩むわけじゃない。性に目覚める小学5、6年から中学1、2年のころに。男にばっかり目がいっちゃうから「俺は変態だ」なんて思うんだよ。そして悩む。だからいろんな手紙がいっぱい来たんだけど、最近は手紙を書くってことをしなくなったから。みんな電話かメールでしょ。そのへんが違っちゃったよね。

山崎：ボーイズラブが流行りだして、本物のホモの人たちは、女の子たちに興味本位で見られることが多くなったから、私たちは嫌がられてるんじゃないのかなっていうのがあるんです。私たちみたいにキャーキャー言いながら、娯楽の対象としてホモを扱うことに「なんだよ」って思われてるんじゃないか、って。

伊藤：それはあるかも知れないな。でも、大多数は違う世界だと思ってるだろうね。本当に若い10代後半から20代前半の人がどう思ってるか、そこまではわかんないんだけど、それ以上の歳の人は完全に別世界のことだと思ってるだろうね。

山崎：世界が違うと思っていただけるといいんですけど。でも女の

子たちの中にも、無遠慮にやってる人もいて、それこそ新宿2丁目に行って「あー、ホモがいたー」ってやってる人もたまにいるんですよ。そういうのも止めて欲しいなって思うんです。絶対に。私の友達が新宿2丁目のショップでビデオを買おうとしたら店員さんに怒られたんです。「女の人には売れません」って。それからやっぱり本物のホモの方々には、興味本位でそういうビデオや本を手に取る私たちは嫌われてるのか、と。

伊藤：「女の人はここから入らないでください」って書いてある店もあるよね。

山崎：そうなんですか。

伊藤：だからやっぱり別世界だと思ってるんじゃないのかな。

ボーイズラブとホモのホントのトコロ

伊藤：山崎さんは女の人が好きなの？

山崎：いえ違います。男が好きだからこそ、男同士の恋愛が好きなんですよ、たぶん。女が好きだったら男同士の恋愛を見ても面白くもなんともないでしょう。BLGは仮想現実というか、やる側もやられる側も男で自分の現実とはあまり関係ないところで物語が進むんで、客観的に楽しめるのが魅力じゃないでしょうか。

――BLGでは「攻め」「受け」という言葉を使ってますが、実際のホモの世界ではどのように呼んでるんですか？

伊藤：それははっきりとない。どっちもないんです。能動的な役割と受身な役割とがいるだけで。

山崎：あ、そうか。その日その時の役割は決まっているけども……

伊藤：役割はあるけども、どっちでもできるわけ。

山崎：私たちの言葉でいう「リバーシブル」が基本なんですね。「今日はどっちにする？」と。でもボーイズラブでは、どちらが「攻め」かというのは重要なんですよ。人もよってそのキャラクターに対して持っている「キャラ観」がありますから。こっちが「攻め」って思ってる人と、逆に思ってる人とではキャラクターの性格自体が変わっちゃいますから。だから喧嘩になりますもん。

　その点、ゲームではあらかじめ決まってるじゃないですか。「主人公が『攻め』です」とか。だから喧嘩は少ないんですけど、それでも「この主人公の『受け』も見てみたいな」ってつい思ってしまうんですよね。

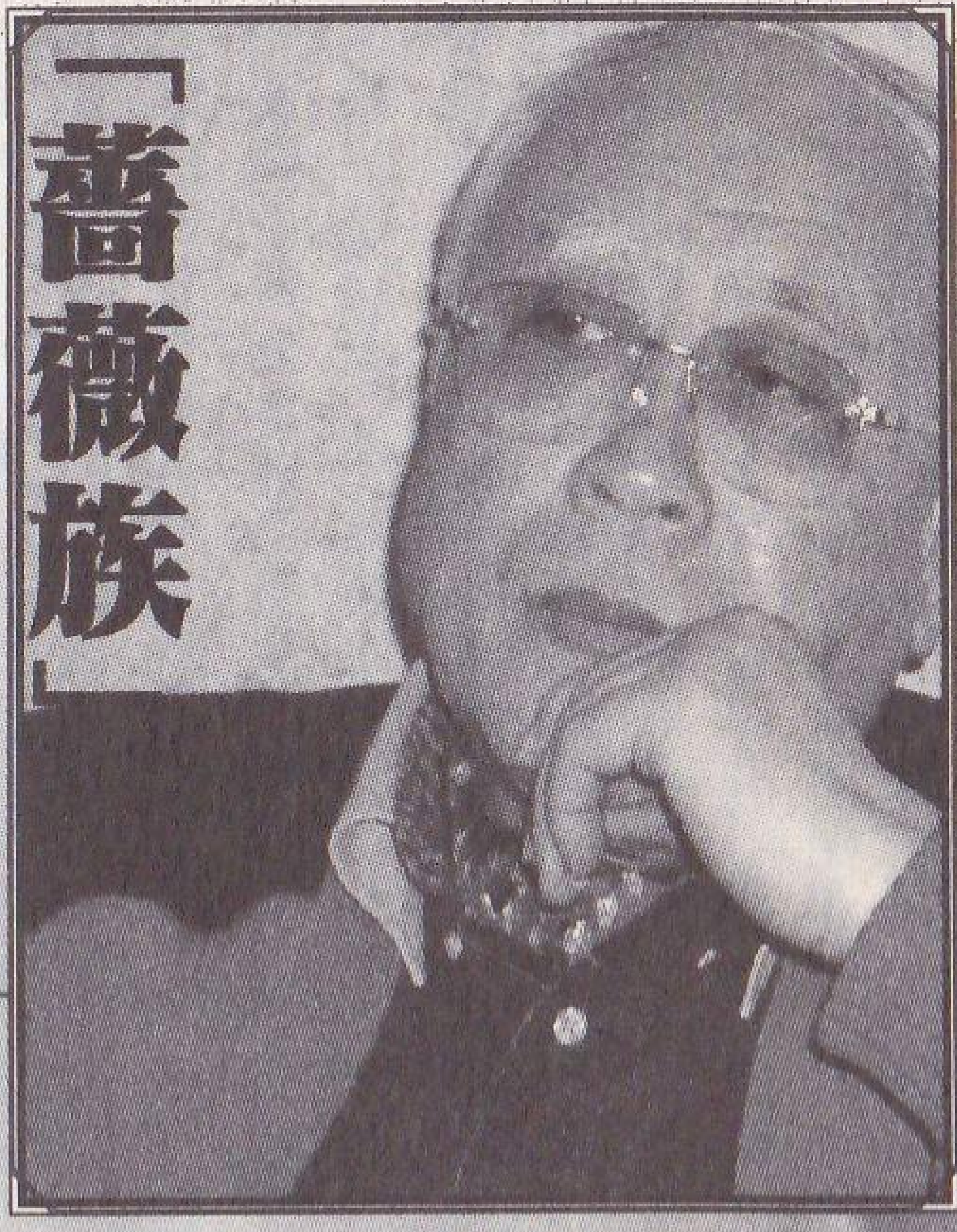
伊藤：いつごろからそういうゲームが出てきたんですか？

山崎：ゲームはここ数年ですね。ゲームとして流行る前からそういうものが女の子の間で興味の対象としてなってたのはもう何10年も前からですが。

伊藤：漫画とか小説の世界が下地となっているわけだね。

山崎：そうです。それがみんなPCを買いだして、「じゃ今度はPCだ」という風に。興味の対象は尽きませんから。

伊藤：いくらくらいするの？



伊藤文学（いとう・ぶんがく）
1932年東京生まれ。1971年７月に日本初の同性愛専門誌『薔薇族』を創刊し、以来30年間にわたり編集長をつとめる。

特別 伊藤文学

男が感じるホモ

日本初のホモ専門誌「薔薇族」
日本初のボーイズラブ情報誌
まさとさんが徹底討論。ボーイ
どうがどう違うのか。

山崎：6～7000円ですかね。
伊藤：そんなに高いんだ。
山崎：そういうゲームを買う女性にはどういうタイプが多いかと言われてもなかなか難しいですが、エロゲーを嗜んでいた女性から、PC買ったばっかりの学生まで、本当に色々な人が今BLGに手を出してますね。私もそうでしたけど、最初にそういう男×男ものに触れるきっかけって、なんかいけないことをしているのが楽しい、みたいな時期ってあるじゃないですか。
伊藤：のぞき見するみたいな？
山崎：そうそう。それで友達に「私こんなの持ってるんだけど」って広めて行くんです。BLGの魅力っていうんですか。ボーイズラブ全体に言えることですが、なんか男女間の恋愛よりも男×男のほうが嘘がないような気がして。
伊藤：そういうのがあるの。
山崎：ありますね。
伊藤：でも実際は長く付き合ってる人は少ないかも知れないね。もっといい男がいるんじゃないかといつも思うから。やっぱり浮気しちゃうみたいだね。
山崎：実際は男女間の恋愛と変わらないと思うんですよ。男×男も。不特定多数の方と関係を持ったりするんですよね。1人に決めないで。
伊藤：相手は変わると思うよ。女の人以上に嫉妬もあって、殺しちゃったりする事件もあるわけだからね。
山崎：男の人は精神的なものよりも肉体的なものを求めがちじゃないですか。だから禁欲というのではないけど、特定の人とだけってのはダメなのかな。ボーイズラブでは「ひと穴ひとサオ制度」ってのがあって（笑）浮気しちゃダメだと。決めたら一人というのがあるんです。それは女性的な考えなんでしょうね。不特定多数と関係を持つゲームもあるんですけども、女の人から見たら「ええ？」って感じですもん。
伊藤：そういうパターンがもうできてるんだ。
山崎：結局、（ゲーム中の主人公になりきって）かっこいい男の子にちやほやされたいという思いが根底にある。主人公が「受け」だったら自分が押し倒されたり襲われたりするような話ばっかりなんですから、主人公が男でも、女性として自分との差異っていうのはないと思うんですけどね。でも、「男キャラを押し倒したい」って人も結構多いんですよ。
伊藤：あと、ホモがみんな肛門性交してるように言われるけども、実際のところそこまでしてる人ってのは少ないと思うよ。
山崎：その点は、ボーイズラブでは当たり前というか、そこまでやって完結というのがありますね。
伊藤：それがいけないんだよな。
山崎：確かにホモの人にそのイメージが定着しちゃったのは、こういったもののせいだと思います。私たち女の子にはどうしても肉体的に「好きだったら相手を受け入れる」という意識がどこかにありますから。
伊藤：こういうものが好きな女の人は「薔薇族」の読者と、男が好きという点では共通しているけれども、多種多様だね。実際のホモには「フケ専」なんて言葉があって、60～70歳のオジさんが好きだっていう人もいるし、「オケ専」といって、もう棺桶に近づいてる80歳すぎの人が好きだという人を指す言葉まである。
山崎：「オケ専」！　初めて聞いた。そんな言葉。
伊藤：少年を好きな人もいるわけ。少年愛の人っていうのは犯罪になっちゃうわけね。でも、50歳、60歳になっても少年が好きだという人は変わらない、一生。そういう人が現実にいるわけだから無視はできないでしょう。誰かが考えてあげなきゃなんないから、ボクが世話したり考えたりしてるんですけどね。
――BLGでは全部少年ですよね。
山崎：そうですよね。いまのところないですね。
伊藤：いまに出てくるかも知れないわなぁ。
山崎：確かにこういったゲームに出てくるキャラクターに幅があるとは言っても、せいぜい下は10歳くらいから上は40歳まで。
伊藤：40歳なんてありますか。
山崎：ロマンスグレーのキャラク



創刊からなんと30年。ほとんどの「ゲーム批評」読者が生まれる前からあるのだ。

ターが出てくるものがありましたね。あとは筋肉質系の絵が好きな人がいれば、少年系のツルっとした絵が好きな人も。

伊藤：「薔薇族」の読者は、男性が髪を染めてる時点でダメですね。

山崎：あ、そうなんですか。

伊藤：よくホモとオカマとどう違うのかって聞かれるんだけど、根本的に違うのはね、うちの読者のホモの人は、自分の中に女性的な部分があるのは意識してるわけね。だからより自分自身を男らしくしたいという願望が強いわけ。髪の毛を短髪にしたり、ヒゲ生やしたり。で、相手に対してもたくましい、男らしいのが好きだって人が多いわけ。応援団だとか肉体労働者が好きだって人が多い。だから髪の毛が多かったり……。

山崎：髪の色が黄色かったり赤かったりはダメなんだ。

ボーイズラブに対する女としてのこだわり

伊藤：こういうゲームとか作ってて、摘発されたことありますか？

山崎：摘発は……。男性向けのゲームだとありましたけど、BLGだとまだ大丈夫ですね。

伊藤：あ、そう。かなり激しくしても大丈夫？

山崎：そりゃ、ものすごく激しくなったらヤバいかも知れないですけど。

伊藤：性器は描いてもOKなの？

山崎：モザイクで隠しますね。

伊藤：モザイクなんだ。

山崎：女の人向けのものは、性器を描いてなくても別に構わないんですよ。男の子の格好がよければ充分なんですよ。

伊藤：ボクの中では、ホモの人だったら小説だとか写真だとかを見て想像力を働かせて興奮するけど、女の人は肌に触れられたり匂いをかいだりしないと興奮しないんじゃないかというのがあるんですよ。

山崎：そうですか？ 私は女のほうが想像力豊かだと思ってたんですけど。

伊藤：いやそれは逆だと思うな。だって女性のヌードの写真が週刊誌にたくさん載ってるじゃん。

山崎：あ、それはありますね。男の人は写真だけで「萌え」られる。女の人はパッとハダカの全身の絵だけを見せられても「はぁ？」という感じなんですよ。彼らが誰と誰で、どういった関係でどういう場所でという設定がないと面白くないんですね。私はホモビデオをけっこう観たんですけど、全然面白くなかったんですよ、やっぱり。出てる俳優さん同士が誰なのかわからないまま、ただやってるだけで。

伊藤：具体的になってないとダメなんだ。

山崎：ただ可愛い男の子同士でいちゃいちゃしていても「うーん」って。「ホントは先生と生徒でイケナイ関係なんだ」って言われると、「おー」ってなりますね。

伊藤：こういうゲームをやって、女の子が一人エッチをすることってあるのかね？

山崎：人によってはあるんじゃないですかね。

伊藤：そこまでいっちゃう人もいると思うんだよね。男だったらエロ雑誌見て一人エッチできないようじゃダメなんだけど。

山崎：でも。私たちはボーイズラブの雑誌なんかでも友達の前で読めたりしますからね。だからそこまではいかないかな。そういう「ヌキ目的」ではないんですよ。私たちの場合は。

——根本的なものとして「薔薇族」は同性愛を性の一つとしてとらえてる。で、やおい側は同性愛を完全にエンターテイメントとしてとらえてる、と。

山崎：そうそう。だからそんなに直結してないっていうか。なきゃ困るものでもないんです。

聞き手・構成／編集部

ヤオイ、そしてBLG（ボーイズラブゲーム）求め続けてしまう理由（わけ）

「ヤオイ」はなぜ女心をくすぐるのだろうか。男性からはどうしても理解し難いその心理構造。ヤオイを研究し、考察し続けている西村マリさんに話を聞く。

―まずお聞きしたいのですが、女性はボーイズラブゲーム(以下、BLG)に何を求めているんですか？

西村（以下、西）：まず、女性の求めているセックス像を理解していただく必要があります。女性は愛情のあるセックスを求めていて、男性向けの18禁ゲームのように、主人公の顔が見えなかったり、凌辱といった暴力的なシチュエーションには、嫌悪は感じても性的に満足しません。セックスを通じて、2人のコミュニケーションが成り立ったということで、結果的に満足するんです。もちろん、女性にもセクシーな男性を見たいという気持ちはあります。あまり、男性の世界では語られることは少ないですが、雄の孔雀の羽があんなに美しいように、女性にとって男性はセクシーなものなんです。だから、18禁の絵はあったほうがうれしいということはありますが、必ずしも、ポルノ的なものにウェイトがおかれているわけではないんです。

25年間の伝統と女性の社会進出

―なぜ、男性同士の性を描くんでしょうか？

西：男性同士の性を舞台にするというのは、抽象化されているために、むしろ自分の本心を出しやすいんです。男女の関係を直接描くと、生々しくなってしまうし、自分自身が女性であるために、どうしても女性サイドに縛られる。男同士なら攻めの立場にも立てるんです。そして、登場する男性は、男性であると同時に、攻め受けどちらも自分自身の自己投影の対象と言えます。

そもそも、BLGが生まれる流れは、突然出てきたわけではないんです。男性同士のセックス描写は、「アニパロ」、「ヤオイ」といったコミケを中心とした女性の同人誌活動で発展してきた25年あまりの伝統があります。BLGもその延長線上に出てきていると言えます。

―どういう形で、発展してきたんですか？

西：かつて、女性の憧れは、「金髪の王子様」でした。格好いい男性に保護されたいというカップル幻想があったんです。もちろん、そこでは男性が「攻め」、女性が「受け」という役割分担がはっきりしていました。ところが、「キャプテン翼」で、色黒でキツイつり目に、乱暴な言葉を吐く日向小次郎が受けとして人気が出て、「サムライトルーパー」でキャラクターの選び方がどんどん自由になり、そのスタイルは「ガンダムW」などに引き継がれ、現在まで続いています。今では、『王子さまLv1』や、『アポクリファ／ゼロ』でも、主人公の王子様は周りの人たちに守られるという受けの立場に逆転してし

まっています。これらは、女性が社会進出をするために行ってきた精神的な努力と深く結びついているんです。

——へえ、それは驚きです。

西：多くの同人誌は、登場人物を借りてきているだけで、オリジナルストーリーといってもいいほどの内容がほとんどです。自分の好みの攻めと受けのキャラクターを登場させて、愛し合う2人の微妙な関係性を描く作品が大半です。どのキャラクターを攻めと受けの役にするかというカップリングを作ることは楽しいことですが、想像が進むにつれて、原作は関係なくなっていくんです。そして、女性にとっては、ヤオイは結果的に精神的な自己成長の手段になっているんです。ヤオイには、病気になった受けを攻めが看病する「病気ネタ」や、子供になってしまった受けを攻めが育てるといった「子供ネタ」や、「記憶喪失ネタ」といった定番ネタがあります。そういうネタはBLGの中でも引き継がれて描かれています。

ヤオイが精神的な成長を生む

——そういうネタは、女性の何を満足させるんですか？

西：かつては、男性には特定の時期の成長の通過儀礼のようなものがありました。しかし、今は社会や家庭の形が不安定になって、永遠に通過儀礼が果たされない状態になってきていると思います。これは女性も同様で、社会進出しなければならなくなったのに、少子化した家庭のなかで母子の結びつきが強まっている。むしろ女性にも通過儀礼の必要性が高まっています。しかも援助交際など性が低年齢化するなかで、社会に出るとき、結婚するとき、子供ができるとき、どこにも確実に参考にできる安定したモデルはなくなっています。女性はヤオイのネタを通じて、それらを乗り越えていくための思考実験をしているんです。女性が、さまざまなシチュエーションの同人誌を書いたり、読んだりすることは、精神を発達させる上で、重要な意味があるんです。

——女性はヤオイを通じて成長の糧としているということですか。

西：多くの作品の中で、攻めの立場のキャラクターは現実離れした存在から、次第に悩みを持った普通の男へと変化し、受けのキャラクターは、ただ守られるだけでなく自分からがんばろうと努力を始めるようになります。女性は、登場する2人ともに思い入れをして、どちらもすてきな男性でいてほしいと願います。それは、すてきな関係でいてほしいという願いでもあるんです。セックスはそれらの2人の前向きな行動とも言えるんです。

——BLGは今後発達していくのでしょうか？

西：簡単に高性能なPCが手に入るようになったことで、すでにインターネット上には強いヤオイのコミュニティが生まれています。そのため、女性向きのゲームがいつ登場しても不思議ではない状態でした。実際、作るための環境を整えやすいので、同人誌を作るような感覚で、同人ゲームを作り始めている人もたくさんいます。ゲームならではのインタラクティブ性を使って、今までにないタイプの表現が生まれてくるのだろうと期待しています。そして、これらの発展の先に、私は男女がもっと自然に恋愛をしたり、そういった表現が行われるような時代が来るだろうと思っています。



西村マリ（にしむら・まり）
同人誌の世界をポジティブにとらえた「アニパロとヤオイ」を太田出版から昨年上梓。ゲイ文学ゲイムービーはじめ、古今のジェンダー攪乱的な分野に幅広い興味を持っているが、今後の重点ターゲットはネットとBLG。特に同人ゲームの動向に注目している。

新 清士（しんきよし）：ゲーム業界をジャーナリスティックな面で追っているノンフィクションライター。
http://www.jgdconf.com/sakugetu/

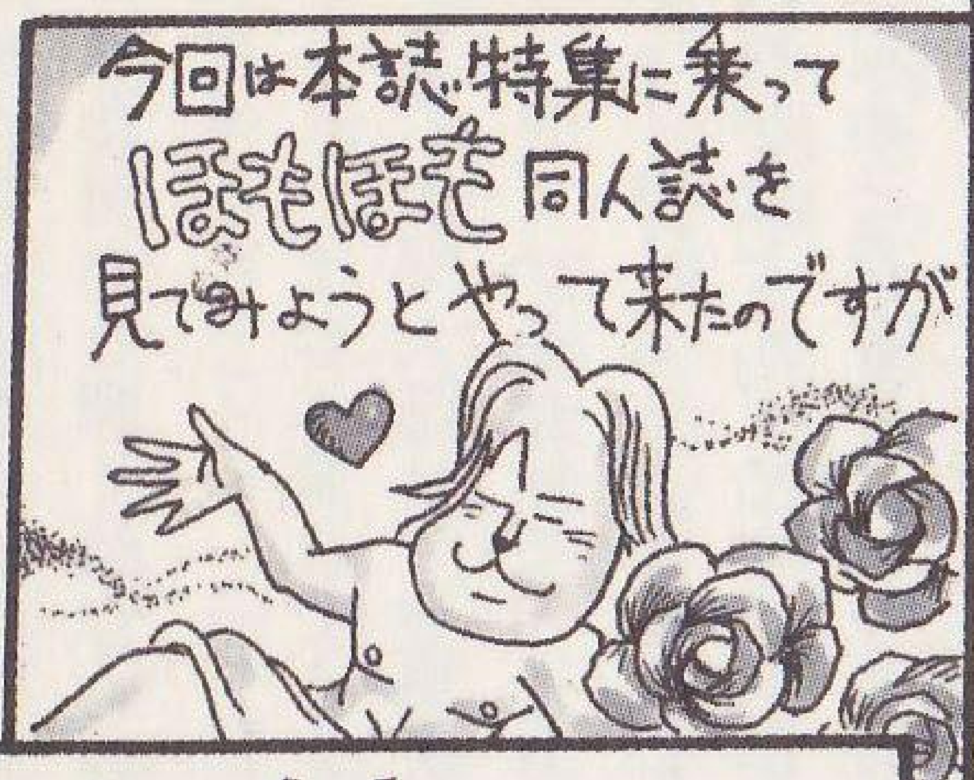






ゆきゆきてダメーズ『場ちがい同人誌即売会紀行』の巻

PICTURE みなみとしひさ
TEXT がっぷししまる





帰ってきちゃったダメーズ！　前回はなんと'99年11月号でした。

漸く暖かくなってきて、こんな天気の良い日曜は自転車ツーリングしたいなーと思って見ても、ナンにせよ忌々しいのはあのスギ花粉。マスクにゴーグルして自転車に乗った日にゃ**変質者**と見間違えられかねないので、コンナに空は青いというのに、じっと空気清浄機の前で外を覗く僕……。僕ってナンだかコンスタンチン君みたいだなあと思ってると、そんなペパーミントな気分をぶち壊しにする編集部土井君からの連絡。

土「どうもお世話になっておりマスー！　ジツはですね次号はボーイズゲーム特集というコトで、久しぶりに**ダメーズ**をやりませんかというお話をさせて戴きたく…」

獅「……ほ〜…（嫌そうに）」

土「ソレで今回は同人関連のイベントをレポートするというコトで、とりあえず**『薔薇族』を小脇に抱えてボーイズ関連のサークルをハシゴする**という企画で進めたいと考えておりますが!?」

獅「はっはっは。君らがどう考えてるか知らないけどー、一応僕こないだ34になった、ゲーム会社の中間管理職ナンだよね〜」

土「は〜……**お疲れ様です!!**」

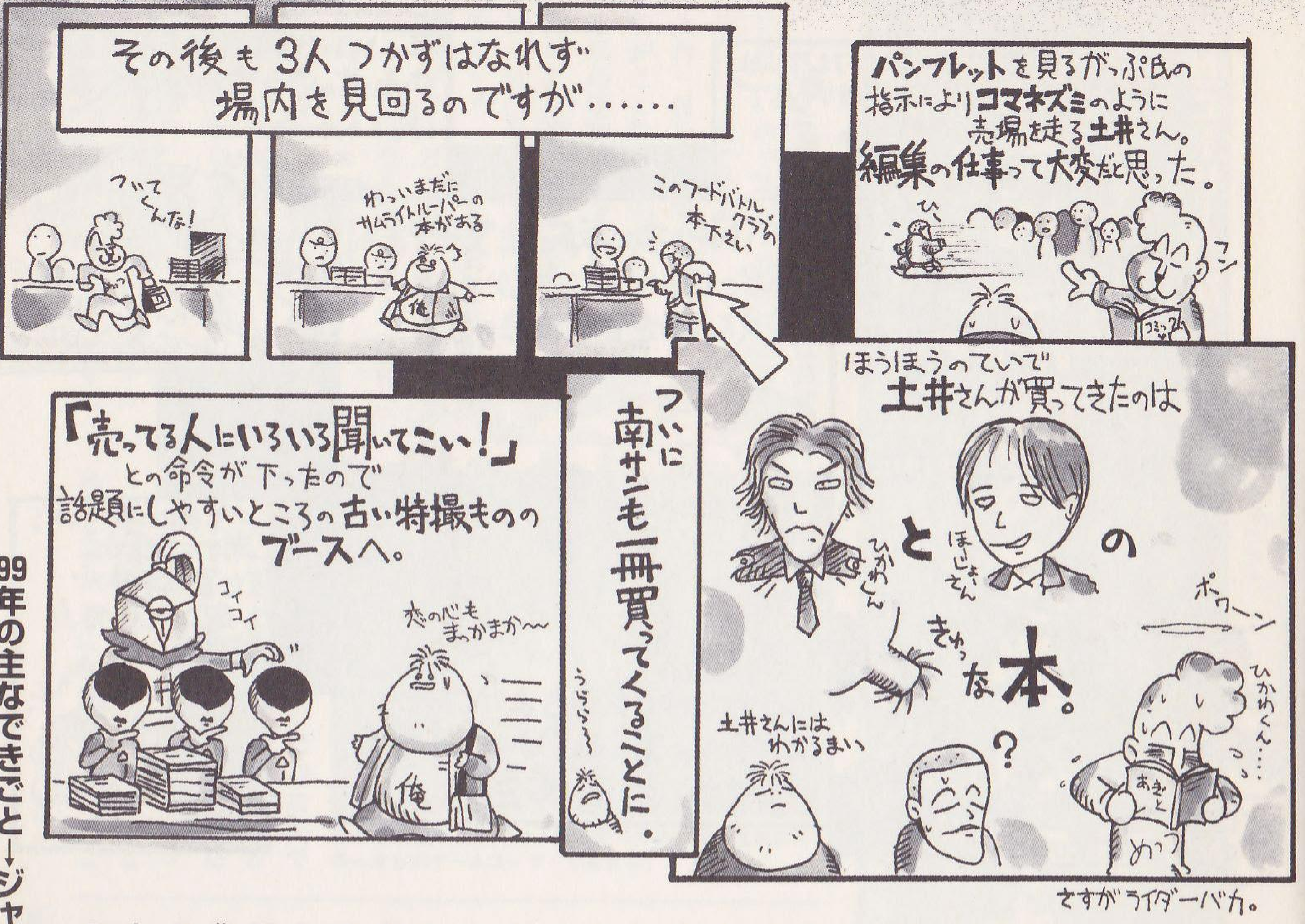
獅「イヤそんな受け答えされたくて喋ったつもりも無いンだけどね〜駄目だコリャ〜〜（泣）」

と、そんな後ろ向きなやりとりの末、とりあえず薔薇族については譲歩できないものの結局行くこととなった、とある日曜日。僕の気分を象徴するようにドンヨリと曇りがちのなか**今回も交通費自腹**でやってきた会場前。前日は朝までバッチリ夜更かしの上あえて目覚まし時計もセットせず、これで寝過ごしたらソレまでねと前日の準備を怠らなかったが、結局時間どおりに来てしまう。すると待ち合わせの場所には南君はおろか土井君も見つからず。南君、又もや遅刻だなと思っていると、携帯のベルが鳴った。

土「**スミマセン遅刻しました！**　今駅前で南さんと合流しましたのでこれから向かいます！」

やる気を出しちゃいけないというのがこの記事と言えばその通りなだが、僕のマインドにミニ四駆並の肉ヌキを施してくれるこの男の

がっぷ獅子丸（がっぷししまる）：'68年生まれ。アーケード及びコンシューマの企画兼プロデューサー。手がけた作品に某業務用実写流血和風格闘ゲームがある。バカ雑誌のライターを兼業し、仕事との葛藤に悩むシックでメロウな34歳。



駄目っぷりは前任以上のポテンシャルを秘めているかも知れない。そんなこんなで今回は僕と南君、そして編集部土井君で、いわゆるヤオイ同人誌を中心とした同人誌即売会場に集まった訳だが、編集部で罰ゲームでも食らったのか、こないだから坊主刈りの土井君に、相変わらずキャラが立ってるデブ南君。そして花粉症により顔下半分をデカイマスクで覆った中年男の僕……この3人で入るのかと思うと物凄い絶望感が襲ってきた。中に入ると十代婦女子がひしめきあい、僕らだけが異邦人として浮きに浮き捲っていた。先ずはカタログを見るとアニメや特撮、芸能人スポーツ選手とあらゆるジャンルが揃っているが、全てのサークルのコメントには**『氷川×北条の鬼畜本だホー』『光♥剛 純愛系です』**など対戦表が刻まれどこから回るべき考えていると、

南「ときにですね土井さん、交通費は兎も角、まさか**同人誌を買うのも自腹**なのですか？」

土「えっ？ ……スミマセン！ 考えてませんでした！」

獅「オーーイ!!」

土「と、とりあえず一冊500円迄、という事でお願い致します！」

南「千円だったりしたら？」

土「ソコは**サークルとの交渉**になります!!」

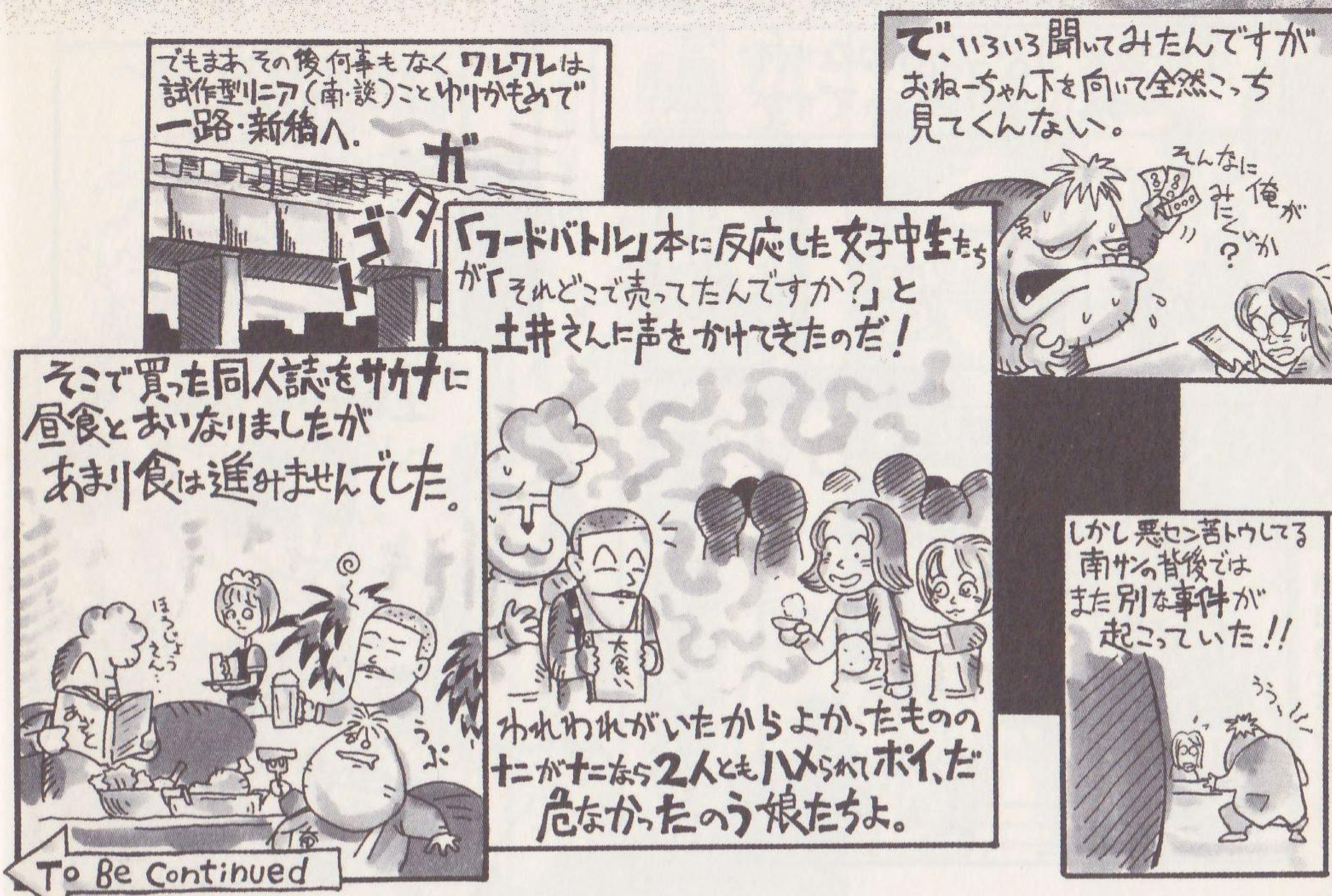
はっはっは、目前の高校生位の眼鏡っこがナケナシの小遣いで作ったホモ同人誌を我ら中年が買うことすら躊躇うというのに、更に彼女達に値切れですと!? 先ずは土井君に漢を見せて貰おうということで、ソコの中居君×貴さんの『うたばん』本でも買って貰い、尚且つ売り子のコに同人誌を吟味しながら中居君のどこがイイのかについてバッチリインタビューしてこいというコトで始まった。僕と南君は少し離れた柱の影で覗いてた。必死で本を値切ろうとするホモ坊主に決して顔を上げずに受け答える売り子の少女。この光景は我々の義務として彼が結婚する暁には是非この映像を披露宴で公開しなければいけない。

土「凄い恥ずかしかったです〜」

獅「同人誌小脇に抱えて近寄ってくんじゃねーよこのホモクリボ

'99年の主なできごと→ジャイアント馬場さん亡くなる。

南敏久（みなみ・としひさ）：1973年生まれの特殊造型業＆怪獣博士、と名乗ってる割には豆腐仙人の頭のラッパ描き忘れました！ すいません。ちなみに同人誌とか売ってるようなイベントに行くのはこの取材（？）が初めてでした。



ー! ンで交渉は成功したの?」

土「駄目でした。因みに何故こういう本を作ったンですかと聞くとコチラの目を見ずに**兎に角中居君が好きだと言われました**」

獅「はっはっは。この役立たず!」

そして南君の方はというと、非常に反発するなか**ダイレンジャーの官能小説**を物色していた。

南「なんか自分がやらないともう誰もやらないから……と言ってました。色々な事情があるンですね」

そうですか。すると男性向けというコーナーを見つけ、ソコには男性による男性の為のヤオイ本というのが売っていた。中味はというとフルカラーで印刷されたイラストで13歳~15歳の男のヌード写真といった装丁なのだが、女性の作るヤオイ本は男が読んでて現実感が希薄というか幻想的に見えるが、野郎が作るヤオイ本はいくらコミックタッチといえども**肉と皮のディテール**が極めて生臭く、むしろコチラこそ外で開くと恥ずかしい。

そしてついに僕に順番が回ってきて**ハリーポッター**の(ヤオイ)本を買うこととなった。人気サークルらしく前に女のコが集まってるなか非常に申し訳ないと思いつつ物色し、結局目の前にある本を手にとり売り子のお姉さんに声をかけた。

獅「**ハリポタお好きですか?**」

しまったー! 明らかに訝しがるオネーさん。すかさず

獅「**あの~これは幾らでしょう**」

「**はい、800円になります**」

獅「**え~、これって500円になりませんでしょうか**」

「**………はあ、それはちょっと**」

更に氷の微笑で僕を見つめる。

獅「**駄目ですか? でしたらコレとアワセテ2冊で千円という訳には……**」

もう離れて欲しかったのか、その値段で売ってくれた。そのときお姉さんの方から「映画ごらんになられました?」と声を掛けられた。

獅「**もちろんですよ、あれはいい映画でしたよね~**」

と本当は一度も観てないが暫し映画の話で談笑する。客あしらいの上手い人だと感心しながら買った同人誌の中味を覗くとハリーとロンの**壮絶なハードコア漫画**でした。

(おわり)

男性ユーザーに聞く

ボーイズラブゲームは女性だけのものじゃない

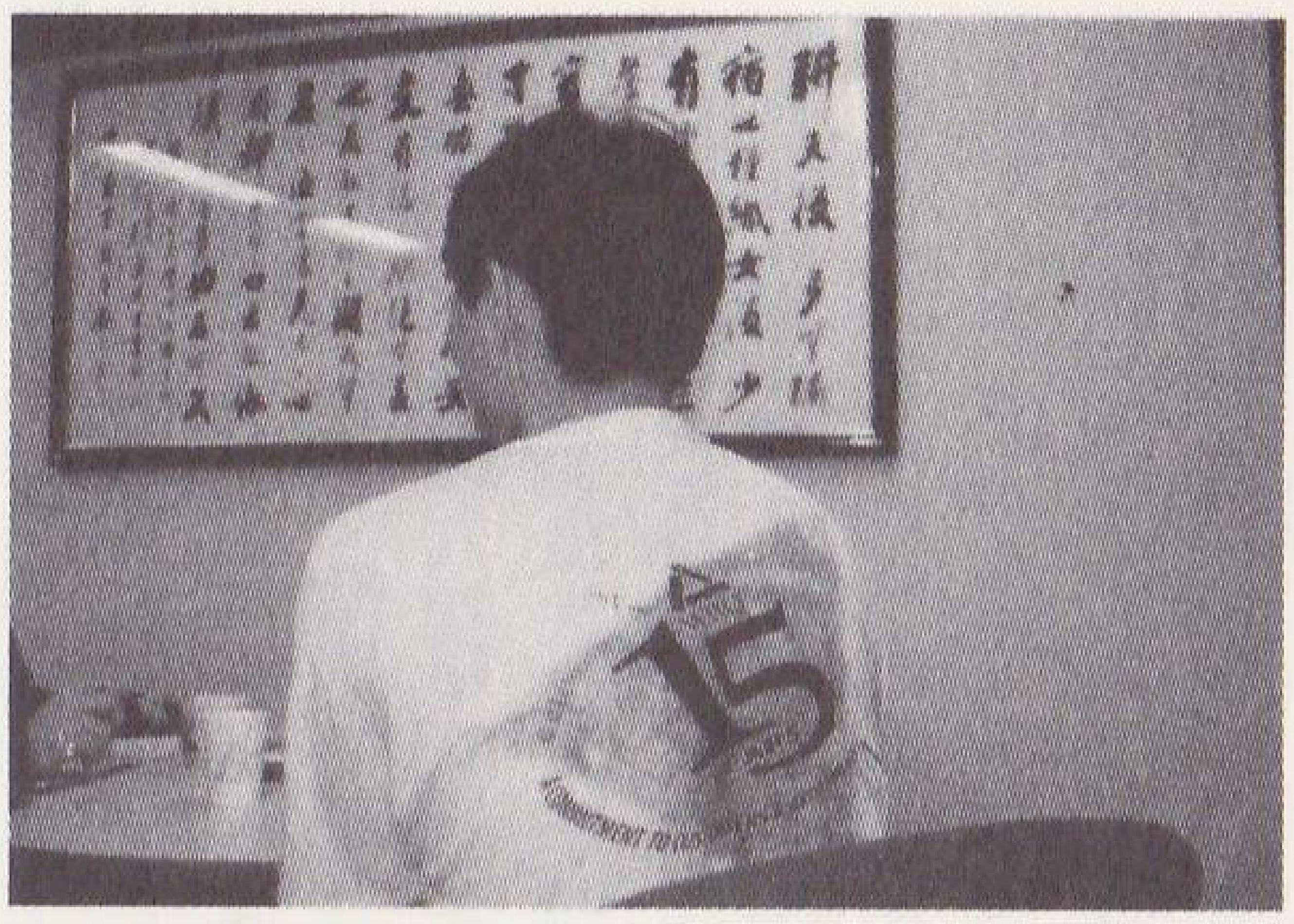
ボーイズラブゲーム（以下、BLG）のユーザーの多くは女性であるが、ごく少数の男性ユーザーも存在する。今回はその中から北村氏（29歳）が取材に応えていただいた。自らをホモだと語る氏に、BLGに対する考え方をお聞きする。

――BLGの男性ユーザーは非常に珍しいのですが、最初に始めたのはいつ頃ですか？

北村：BLGの類いが市場に出たのがここ数年ですよね。その前から私の場合は完全にそういう趣味だったんですけど、PCで『BOY×BOY』、SSで『ホップ・ステップ・アイドル』などが初めてメジャーどころになった頃、やっとこういうものが出てくれたと喜んで買いました。

――そういった趣味を自覚したのはいつ頃でしょうか。

北村：正直に言って物心ついたときにはもう。なので自分の場合はあくまで男の子とそういうコトがしたいとか、男の子のエッチな絵が見たいということだったんです。今たまたまBLGが女性向けになっていますが、自分のことだけ考えて言えば男性向けのホモゲーもそろそろ出てくれないかなと思います。逆に女性向けということで、女性の方が〝BLGとかヤオイは女性のためのファンタジーよ〟と言うのに対しては、寝言は寝てから言えと感じます。



BLGを女性をそして自らを冷静に分析し語る北村氏は、根っからのゲームユーザーでもある。

――男性向けホモゲーといえば『炎多留』が有名ですが。

北村：『炎多留』やってる人たちが本気で萌えたりヌいたりしてるのかというとそうでもなくて、やってる側も作ってる側もお笑いの一種としてとらえているようです。そう考えると、男の子同士がバコバコやってるゲームももちろん好きで欲しいんですけど、男性が昼間遊べるようなBLGも増えてくれればと思います。

――プレイの用途によってゲームを使い分けてるんですか？

北村：ええ。昼間用と夜用で。

――女性ユーザーの中からBLGと性欲は直接結び付かないという意見もありましたが。

北村：性欲に関係なく、可愛いものを持ち歩きたいという感覚もあるとは思いますが、彼女たちが完全に性欲と切り離して考えているかというと、それは嘘だろうと思います。良く言えば恥ずかしいのでしょうし、悪く言えば綺麗ぶっているというか。

――性欲はあるはずだ、と。

北村：どちらにしても昼と夜の使い分けだと思います。たとえば『王子さまLv1』なんかは完全に昼用で、『BL追加ディスク』を使うと夜用にもなります。結局は両方とも根底にあるのはリビドーだと思うんです。

――なるほど。それが結論にあるとわかりやすいですね。では最後に「ボーイズラブゲーム」の他に適当な表現はあるでしょうか？

北村：一般に浸透しないのは承知ですが「ボーイズホモ」です。やはり自分が本当に望むゲームは不足しているのが現状なんですよ。

松田剛（まつだ・つよし）：フリーライター。本稿では女性に対してキツイ表現がいくつかありました。ただ、ページ数の都合で省略させていただきましたが、北村氏がボーイズゲーム業界全体について冷静な見解を持っていたのは印象的でしたね。

孤軍奮闘！

一人ぼっちで作りあげた 日本初のBLG情報誌



女性にもボーイズラブゲームというものがよく知られていなかった時代に、情報誌を作りいちはやくその魅力を伝えようと奔走した女性がいた……。

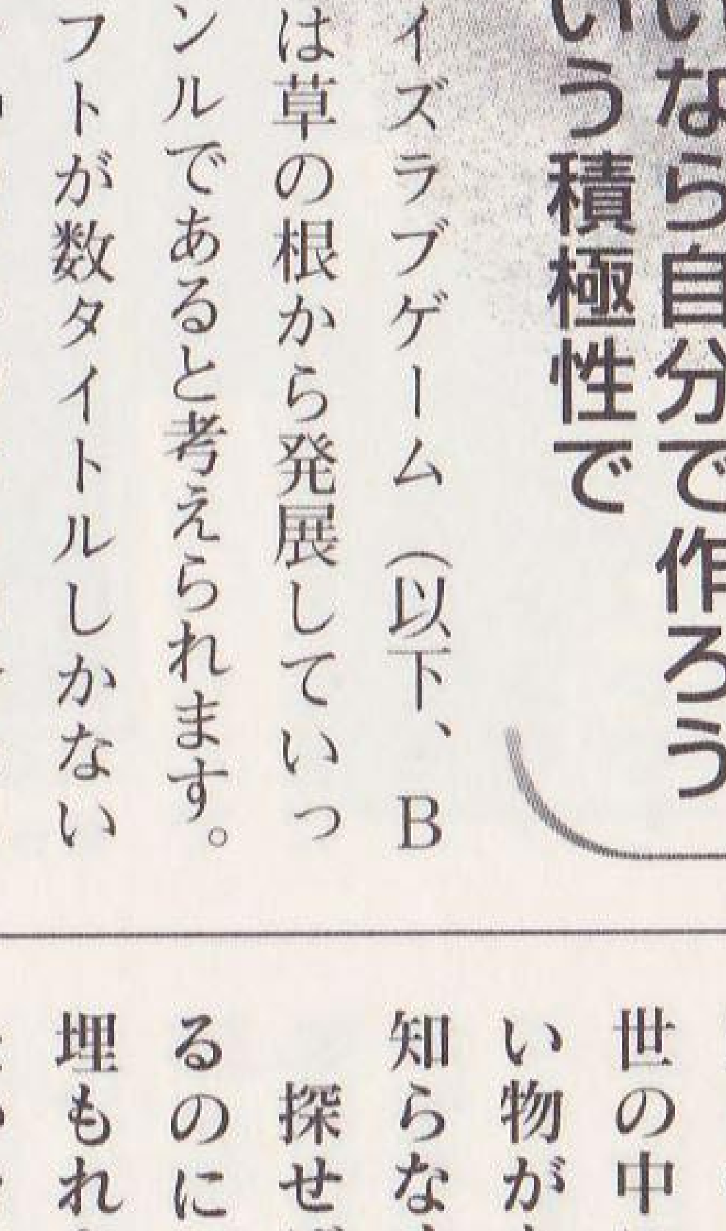
ないなら自分で作ろうという積極性で

ボーイズラブゲーム（以下、BLG）は草の根から発展していったジャンルであると考えられます。商業ソフトが数タイトルしかない時代に、「出ないのなら自分たちで作ろう」とたくましい女の子たちがツールを使い作り始め、今では20サークル以上。しかし、肝心のソフトはどこで手に入るのか、コミケの、どこのジャンルで扱われているのか？　商業ソフトはいつ発売され、どんな雑誌に取り上げられるのか？　今ではムックまで発売されるようになったが、それまではまったく情報がなかったのだ。

そんな中、情熱的に情報誌を作り、発表している人がいた。今回は、BLG専門の同人誌「B-GAME」をたった一人で作り続けた山崎まさとさんのお話を伺った。

山崎：初めてやったBLGは『BOY×BOY』です。キッカケは石田彰（声優）さん（笑）。偶然ネットで見つけて、驚いて思わず買ってしまいました。世の中にはこんなにいい物があるのに、誰も知らなくて……。

探せば色々転がってるのに気が付かない。埋もれさせるのはもったいない。そういうゲームの情報を1冊に集めたものがあればいいなと思ったんです。けれども、商業ではソフトが2本くらいしかなくて（笑）。でも探すと、エロゲーの中にも男性キャラを落とせる物があったり、同人ゲームでも色々と発売されていて。「これからBLG出します」ってサークルもいっぱいあったので、「これは世に広めるべきだ！」と思いました。そのころみんな（女の子）もPCを手にいれ始めた時期で、ゲーマーだったら、PC買ったらゲームやりたくなるハズですよね。男の子モノがないんだったら「ギャルゲーに行くか」ってなるじゃないですか。で、「ちょっと待て」と。ギャルゲーやらなくても、ちゃんと男の子モノが沢山あるからって。



B-GAME1号。表紙は『PERMISSION』。時代を先取りしてBLG情報を提供し、全国に委託されていた。山崎さんのサイトは→http://www2.ocn.ne.jp/katokiti/

――コミケで「B-GAME」を初めて出した時のジャンルは何だったんですか？

山崎：実は「ゲーム評論」（笑）。

――男しか来ないところじゃないですか（笑）。

山崎：そうなんですよ。委託していたサークルさんの方が、すごく売れて（笑）申し込みをした時は、何のジャンルで取っていいか分からなかったんです。申し込んだ後に『同人ソフト』のジャンルでみんな取ってたんだよ」って知ってガッカリでした。

――でも「B-GAME」は話題でしたよね。

山崎：喜んでいただけたみたいで、「次号はまだ出ないのか」って言われました。

――でも、同人ソフト（『こんび

に』）を作ることにしたと。

山崎：1号の時の取材で「どうやって作るの？」と聞いているうちに、ツールを使えばHPを作る感覚で作れるって知って。それだったら3ヶ月くらいで作れるんじゃないかって思って作ってみたら、本当に3ヶ月で作れてしまいました。完成した時は感動しましたね。

――で、とりあえずゲームも完成して、本と並べて一段落と。

山崎：それで次は2号だと。制作中に、PCゲームを買いたいけれど、自分のPCで本当にプレイできるのかと不安に思う人が多いことを知り、「スペック表の見方」というページも作って「さぁ心配ないから買え！」と（笑）。



B-GAME 2号。表紙は『花梨エンターテイメント』。「女の子のためのパソコン講座」などを掲載。今のBLG誌にはない要素が盛り込まれている。

BLGソフトを！もっとソフトを!!

――座談会の企画は2号からでしたよね。

山崎：同人ソフトサークルさんが集まった座談会だったんですけど、「実はゲーム業界で働いてます」って方が多くて。女性向けゲームに非常に熱い方々が集まって、「昔からBLGを作りたかったたんだけれど、会社が許してくれない」「誰も出してくれないなら自分で出してやれ」って意見が多くて、みんな考えてることは同じだったんだなと思いました。

2号では、同人ソフト製作ツールの紹介やゲーム製作講座を入れてみたんですけど、「こうすれば、素人でもゲームが作れるよ」って。「B-GAME」を作っていた時に思ったのは、「ゲームを作れば、本に掲載されるんだ」ってサークルさんが思ってくれれば、BL同人ゲームがもっと増えないかなと。やっぱりゲーマーなら、自分が作ったゲームが取材されるのって夢なんですよ。とにかくまだBLGが全然ない時期だったんで、1本でも多くのBLGが世に出るようにと必死でした。

――すごい引っ張って、裾野が広がったと思うんですよ。ショップ委託されてましたよね。他には？

山崎：コミックライブ（同人誌即売会）にも委託をお願いしました。北海道から沖縄まで全国に広めるつもりで。

――雑誌の制作期間は？

山崎：大体2ヶ月です。1ヶ月はサークルさんや企業さんとのやり取り。残り1ヶ月が本の制作です。

――その後3号が出なかった。出してくれって声が多かったですよね。自分もその一人なんですけど。

山崎：BLGの知名度が上がるまでが私の仕事なので、私の仕事はもう終わりかなと。大変でしたが、それでも1号、2号と作ったのは「広めたい、伝えたい」って気持ちが強かったから。でも、今はみんなBLGがPCでできるって、知ってるじゃないですか。だからあとは私が広めなくても広がっていくと思います。

――3号以降はネットで展開するお話でしたけど、どんな感じでしょうか？

山崎：同人ソフトをプッシュしていくサイトをやりたいなぁと思ってたんですが、他のサイトがやっているので、まぁ私がやらなくてもいいかなぁ、なんて（笑）

――普段のお仕事は何をなさっているんでしょうか？

山崎：元編プロのライターで今はフリーです。お仕事募集中（笑）。現在はゲーム関係の仕事をしてます。「B-GAME」と『こんびに』のおかげで仕事が入ったり、思わぬ人とお知り合いになれたりして、大変だったけど、どっちもやってよかったなぁとつくづく思います。

――では最後にお願いします。

山崎：3号に掲載予定だったサークルさんには本当に申し訳ないです。でもBLGを応援する気持ちは今でも変わらないので、違う形でゲーム制作のお手伝いをしていけたらと思います。

あまのむらくも：BLGへの入門編として、愛読していたのが「B-GAME」です。当時は情報が少なく、ソフトが見つからないので自棄になってウサギと戯れる毎日でした。

あえて男のホモゲー批評 1

ジャンル：ビジュアルノベル（18禁）／
メーカー：ぷらちなレーベル／
機種：Win＆Mac（ハイブリッド）／
価格：6,800円／発売日：2000年8月10日

多根清史
プレイ時間:10時間

●好きなものは好きだからしょうがない!! ①

ナマコを懐石料理の皿に美しく盛り付けるような妙技

PC、コンシューマを問わず古今東西のゲーム知る筆者が数あるBLGの中でも評価の高い『好きしょ!!』を遊びつくす！

これがBLGの実力かと感嘆する自分がいる

すべすべのお肌に肩へかかるさらさらヘアー、残されたブルーの封筒には「今日中にぼくを見つけるように。祭」とのメッセージを残す親友にまずガクゼン。「汗の臭いのまったくしない陸上部員たち」や普通の髪が角刈りに見えるほどのロン毛ポピュラー度といい、永らく（といっても半日ほど）ヤリ続けると自分が男子なことを正直スマンと頭を丸めたくなるビジュアル無双っぷりなんだが、男性向けエロゲーだって、理想と現実の間には38万キロの虚空が横たわってるのはイイ勝負。どのキャラクターも、男女の「こうだったらいいな」を両側から掘り下げてみれば、結局は同じ地点に合流したかと思える〝美少女〟顔をしてるから、意外にスルスルと受け入れられるのだ。

さらに、この世界では男が男を「後ろからぎゅっと抱きしめる」ぐらいは全然ノーマルらしく、かつソレが嫌がらせでなく〝安心させるため〟のエレガントな行為ということで、若い男子に欠かせない「ニキビ面」や「ニンニクたっぷりの息」といった〝男の生理〟は一切カット。予想というか覚悟していた「肉弾相打つ」生々しさは念入りにろ過され、醜いナマコを懐石料理の皿へ美しく盛りつけるように、男×男の恋愛を、ノンケの男性プレイヤー（＝筆者）にも後ずさりさせずに面白がらせる手際は鮮やかのひとこと。これが「ボーイズラブゲー」の実力だというのか!?と感嘆することしきりだ

そして〝ヒロイン〟たちの顔ぶれも、華奢で折れそうな幼なじみや憧れのお兄ちゃんから、マッドの入った科学者まで様々な愛のありかたを手ほどきしてくれる幅広さ。おかげでむやみに広くなった心にとって、性差なんてちっぽけな問題に過ぎなくなる。「萌え」に男女の区別なんてなし！

とは言ってみたものの、先に触れた〝男の生理〟のカットとは、「男子を女子として描いた」ことに他ならない。あんな風なじゃれ合いもおしゃべりも男子なら考えにくく、そこに「異性」を感じたから、かえって違和感が少なかったと思うのだ。

でも『ダンドー』（『週刊少年サンデー』）のショタ主人公に〝萌え〟てる分、自分は「平均的男子」ではないのかも……。



いつのまにか相手も同じ「男」であることを忘れてしまっている自分がいる……。

PROFILE

多根清史（たね・きよし）

お耽美モノから「BOY'S」ゲームまで、どんなジャンルの挑戦でも受けて立つフリーライター。
『2次元ドリームスマガジン』連載の次のテーマは『えねま』だとか（もうヤケ）。

あえて男のホモゲー批評 2

ジャンル：ビジュアルノベル（18禁）／
メーカー：ぷらちなレーベル／
機種：Win & Mac（ハイブリッド）／
価格：6,800円／発売日：2000年8月10日

橋本和明
プレイ時間:10時間

●好きなものは好きだからしょうがない!!②

これは単に趣味嗜好の違いというだけの問題だろうか？

続いてゲーム制作者としての視点から見た『好きしょ!!』。男性向けの恋愛AVGと比べた場合のゲームとしてのデキは？

男×男だからつまらないと言うのではないのだが

アドベンチャーゲームはストーリーを楽しむもの。ゆえに好みによって感触は大きく左右するものだ。本作はボーイズラブ系の女性がターゲット。だから、ギャルゲーならばやりこんでいるから論理的比較ができるけれども、本ジャンルのゲームはいかんせん対象がないため、どう読み取ったらいいのか、大きく迷ったことをあらかじめご理解いただきたい。さて、本作は、男向けの、いやらしいほど女の世界を理想郷のように描いたギャルゲーをまんま男に置き換えただけのものなのだが、価値観の違いが大きく働いているのか、違和感、というか拒絶感を感じた。ゲームシステムは、エロゲーのものを流用しているらしく、実際比較的安定したものにもかかわらず、ページバックや全画面モードがなく、読み落としたテキストを読み返したり、ゲームの合間に息抜きができなかったり、パニックモードよろしくゲームを簡単に中断できないなどの至らない部分が目につく。本作は純粋なマルチシナリオのアドベンチャーゲーム。何が違うか考えてみると、まず、ギャルゲーでは、キャラは見た目も大事だが、繊細さをあらわすため、微妙な表情を見せることが大切だ。しかし本作は表情が読み取れない。趣味嗜好の違いだろうが、どのキャラも同じ表情。表情が動くところはデフォルメして大雑把に描かれている。ストーリーについてだが、描写が大雑把。モノローグなどはキャラの心理描写においても、状況描写においても的を得ておらず、セリフだけがかろうじてキャラの形をあらわしている程度。おそらくサービスカット的な要素は多数含まれているようにも見えるのだが、いかんせんそれだけ、という印象はぬぐえなかった。結局、美少年系のイラストだが、女と思えば別に違和感はなく、プレイに拒否感はない。男と男だから、つまらない、というのではなく、基本的な作り方が異なるように感じられる。しかし、本作は女性ユーザーに満足な出来なのかもしれないので、どうにも判断に迷うことが多かった。純粋に作品として、ギャルゲーでも同様の作りをした作品は存在するにはするが、総じて高い評価は得ていない。本作は、作りこみが甘いのか、嗜好の違いなのか。しかし、本当に面白いものならば趣味は関係ない。



キャラの表情から何も読み取れないのは、評者が男だからという理由だけではないはずだ。

PROFILE

橋本和明（はしもと・かずあき）
小学生の時からプログラマーとしてゲーム制作に携わり、シナリオライターなどを経て、現在はゲーム制作の下請け会社を経営しつつ、フリーライターとして様々な雑誌で活躍中。

ジャンル：AVG（18禁）／メーカー：アイン／機種：Win95＆98＆Me／価格：7,800円／発売日：2001年10月26日

小泉俊昭
プレイ時間：7時間

●birdie　ぼくらの恋愛心理学

男でもボーイズラブゲームのホモシーンに萌えられるのか？

普通の男性プレイヤーである（と思っている）ゲーム批評編集人は、ボーイズラブゲームに何を感じたのか？

「おかず」にする女性もいるらしい

男性がエロゲーを遊ぶ目的は、「アレ」以外の何ものでもないよね。女性は男みたいな、オカズの必要性も低いだろう。じゃあ、ボーイズラブゲーム（以下、BLG）を「そういう目的」で使う人がいないのかっていうと、そうとも限らないはずだ。実際、何人かに聞いてみたところ、「そういうことに使う人もいる」らしい。で、その筋の女性数人に聞いてみたところ、『バーディ』というゲームが良作だということなので、遊ばせてもらうことにした。

実際にプレイしてみると、やっぱり男である自分には、男同士の恋、それも前兆っていうレベルの話を読まされるのは、かなりシンドイ。男が女性にする下心丸出しのやり方を、男に向けて発するそのナレーションぶりに、始めは目まいさえしてくるほどだった。



和也が喬志にヤラれてる。「何か」の中に手を入られると、気持ちよくて耐えられないらしい……。

1回目のエンディングまではせいぜいキス（男同士）くらいしかなく、退屈で眠い2時間だった。2回目には要所で「ヒント」があり、迷わずHシーン盛りだくさんの「鬼畜ルート」を選ぶ。冷静になってみると、ホモのHシーンに期待している自分に気づく。いろいろ進めていくうちに無事、鬼畜ルートに入った。が、自由にはキャラを選べない。ちょっと残念。「喬志」というキャラが「和也」のアレを握る。和也が喘ぐ。なんだか、ドキドキしてきたよ。2人のカラミがどんどんエスカレート。でも、「内側をノックする」ってどういう意味だ？　なんの内側なんだろ？

パターンとしては、和也は普通のエロゲーでいう「女役」になってる。「だめだめ、でもいい～」っていう典型的日本風H。ただ、Hしてる2人が男同士っていうだけだ。自分がもし、和也だったら……。拒否できるかなぁ。おっと、ヤバイ、やばい。なんだか変な気分になってきたよ……。

女性がこういうゲームを楽しむキモチ、なんだか分かってきたような気がする。ホモゲーとしてではなく、架空の「恋愛とセックス」として優れているから、ドキドキするんだろう。ある意味、出来が良ければ男性にも何かしらのエモーションを与える可能性さえあるのだ。でも慣れないうちは、脳内で一種の翻訳作業が必要かもしれない。だって、あの後、普通のエロゲーの画面を見たらなんか心から安らいだもんね。

PROFILE
小泉俊昭（ゲーム批評編集人）
前号からまたゲーム批評に関わり始めました。創刊の頃と比べるとゲーム業界も様変わりしており、売上ベスト10のほとんどは上場規模の大手ゲーム会社で占められていることにとても憂慮中。今の時代、お金かけないと面白いゲームは作れないようで哀しい……。

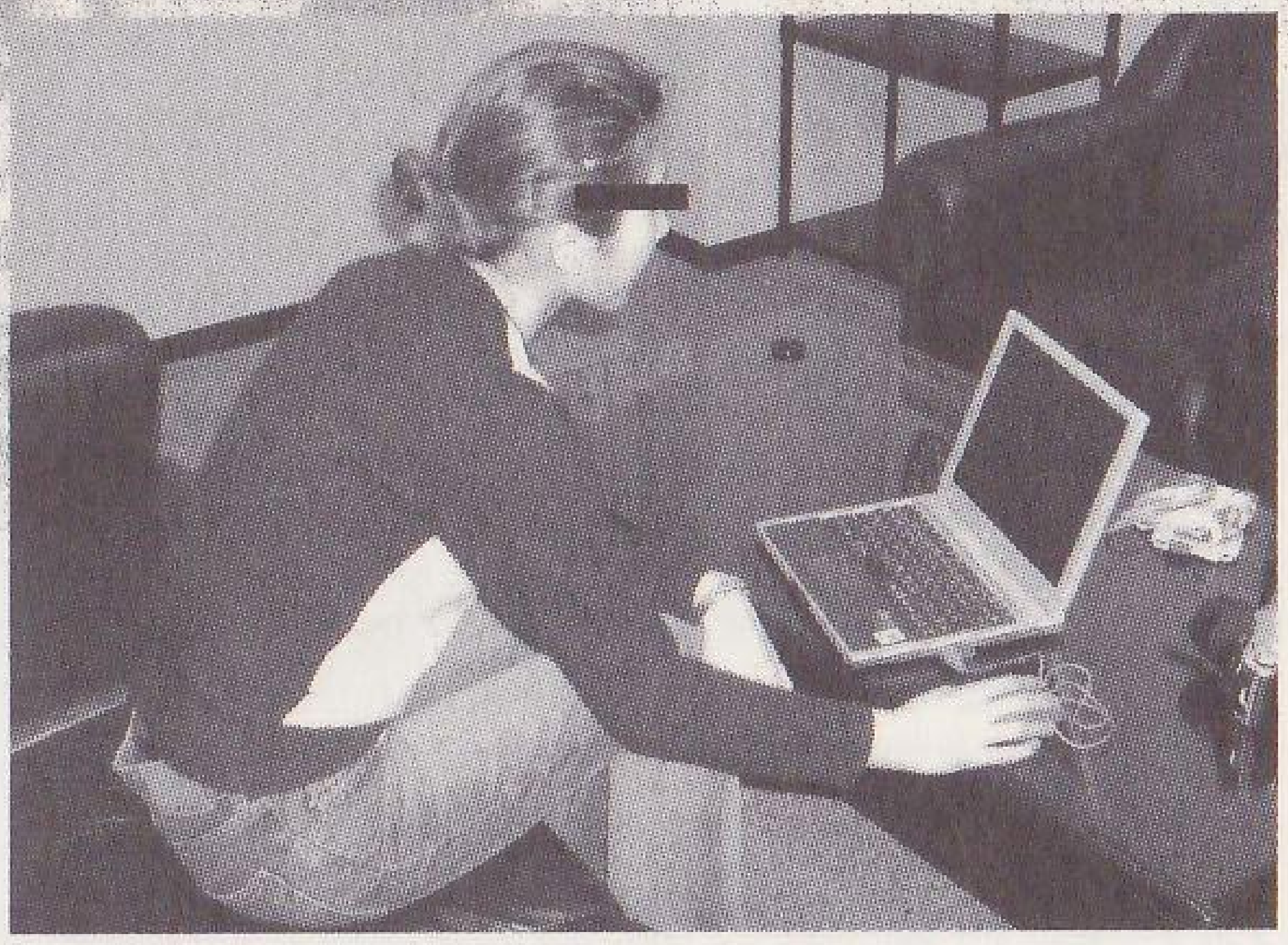
番外編

ギャルのホモゲー批評

ナミちゃん（仮名）：23歳

エッチなギャルは電気美少年の夢を見るか

「ワタシ1人エッチをしてるよ！」と明るく話すギャル系女性、ナミさん（仮名・23歳）にBLGをプレイしてもらいました。


男性向けエロゲーには数分で「面白い」と反応したナミちゃんだが、ボーイズラブゲームには……。

こんなので喜んでる人ってホントにいるの？

うん、ゲームってのを全然やらないかも。だからこんなゲームがあるってのも初めて知った。そういうのがあるって噂すら聞いたことないよー。男向けのエッチなのがあるってのは知ってるケドね。

じゃあ、はい。「スタート」だよね。カチッカチッってやればいいの？　あ、基本的にコレを読んでいけばいいのね。

数十分後

……長くね？　えー、飽きちゃったあ。動かないんだもん。挿絵があってカチカチやっていくだけってのはちょっとねぇ。

こんなんじゃオカズになんないよ。なんか「パンでご飯食べろ」って言われてるような感じでさ。こんなので喜んでる女の人がいるのぉ？　けっこう意外な感じかも。どうしてそんな気分になれるんだろ。ウチで一人でやったとしても、ちょっとねぇ。

コレって32、3歳の人が買ってるのかな？　23、4歳ってのは絶対ないね。同年代っていうのはないよ。私はもともと「今日はコレがオカズだ！」って一人エッチしてるわけじゃないのよ。イマジネーションだけだから。だからコレだけ見せられてもねぇ。オカズになんないよ。身近な人との関係を想像してみたりする方がいいかなぁ。「この人ならこう持っていくかも」って話を作ったりして。

このゲーム、ストーリー性があるのはいいけどさぁ、エッチっぽい面白さってのはゼロだよね。正直言ってエッチシーンはねー。やっぱ感情移入できないとねー。

……あ、これ男の人がヤるゲームでしょ？　こっちやらせてよ。なんかヤバそうなゲームだよね。

さらに数十分後

……あ、私こっちの方がいいかも。これだったらイケるかも盛り上がるかも。オカズになるね。やっぱり自分に対する反応ってのを見せてくれないと。他人のだけを見せられてもダメなの。自分が置きかえられないとね～。「喬志」「恭一」「葉」って言われてもどうでもいいよっみたいな。自分が参加できない感じがするし。さっきのよりもソレが目的って感じで。エッチじゃん。一人エッチするならこっちの方がいいよ。

こういうのって暗いオトコがやってるのかなって思ってたけど、こっちの方がいいかなぁ。

PROFILE

ナミちゃん（仮名）
23歳の契約社員。イタリアへの留学経験があるなどかなり活発な性格。あえてお金を出してまでBLGを購入する人の気持ちがさっぱり理解できないとのこと。

業界で働く女性たち プロとして作るBLG（ボーイズラブゲーム）

ゲーム業界全体を見れば、まだまだ男性が中心となって動いている。しかし、ことBLGに限っていうと、制作しているのは大半が女性である。彼女たちはどのような考えのもとに、どのような方法でBLGに関わっているのだろうか。

ボーイズラブゲーム（以下、BLG）業界で女性はどう働いているのだろうか。

ゲーム制作に携わるきっかけから、ディレクター、ライターとしての仕事、そして、発売に至るまでのプロセスを、有限会社ムーンパロット　荒木瑛氏に伺った。

欲しいものはこの手で作る

BLGを作り始めるきっかけは、"ヤオイ"PCゲームをやってみたい、と思ったことからだったという。

そして、荒木氏ら同人誌制作活動のキャリアが長いスタッフに加え、タイミング良くプログラマーが集まったことで、BLG制作がスタートした。

このとき、ゲームを同人ソフトとする選択肢もあったはずだが、荒木氏らは、商用を前提として制作に取り掛かる。

その理由を荒木氏はこう語る。

「締め切りという枷（かせ）がある状況下でちゃんと形にしたい。また、多くの人に見てもらいたい。作家として作品を世に出したかったんです」

ムーンパロット社の初タイトル『蒼黒の月』は、ウィンドウズとマック両対応のハイブリッド製品である。開発にはマクロメディア社のオーサリングツールDirectorが使われている。

ハイブリッドという選択は、スタッフを含め女性のPCユーザーのマック所有率が高いからだという。一方で、スクリプトに癖が強く、実行速度も決して速いとはいえない開発ツールを用いたのは、マックでC言語などを扱える開発者が少ないことが遠因のようだ。

異業種プロ集団が作り上げたもの

制作の最初のステップは、スタッフ皆で思い思いのアイデアを出しあうことである。その際は、ユーザーには見えない裏設定的な話題も取り上げてアイデアを広げるという。ここで決めたゲームの方向性やネタを取りまとめて、シナリオライターがプロットを作成する。これを受け再び皆でミーティングを持ち、内容を詰めて行って……というように、徐々に細部まで煮詰めていく。



長年の付き合いがあったからこそ、お互いの作業について言いたいことが言えたという。

そして、ある程度制作するものが固まった段階で、ライター、絵描き、プログラマーそれぞれが作業に取りかかる。

『蒼黒の月』は、漫画家、アニメーター、シナリオライターなど今まで一緒に仕事をしたことがないスタッフが集まった。

当初は、各スタッフ共、本業とゲーム制作業務との兼ね合いが難しく、開発ペースは遅かったようだ。それでも、音楽やCG彩色など外注を含め総勢約10名のスタッフが、本格的に取り掛かると半年

強で仕上がったという。さすがに追い込み時期は、一般的なゲーム制作現場と同様、朝から夜までべったり張り付きでの作業だったそうだ。

ただ、漫画家は自分ひとりで原稿を完成させる、アニメーターは集団作業の中で、指定されたレイアウトに応じて絵を描くなど、業種により仕事の進め方はまったく異なる。こうした立場や意識の違いから生じる意思疎通、情報共有の問題は、一緒に事へ取り組んでみて初めて分かるものだ。

しかし荒木氏は、スタッフが異業種の集まりであっても、仕事にやり難さはなかったと話す。そこには、一見、当然のようでいて、その実、容易には実現しがたい制作上の秘訣があった。

「不満や行き違いを溜め込まず互いに言い合うことで調整して、ゲームの作り方そのものから作って行ったんです」

さらに、スタッフが各種トラブルをフォローできるだけの経験値を持っており、ゲーム制作をしっかりと仕事として捉えていたこともポイントだったという。



社員は皆、もともとマンガ業界やアニメ業界でプロとして活躍してきた人たちだ。

ユーザーへの届け方

『蒼黒の月』のシナリオについて、荒木氏はこう語る。

「カップリングを作るのを目的とはしないで、主人公の成長をテーマに据え、それを引き立てるシナリオにすることを重視しました。たとえユーザーが求めていたとしても、取って付けたような話は作らないように」

つまり、萌えるシチュエーションを繋ぐような作りにはせず、キャラクターの心情の変化の必然を追って、人間同士の関係を書こうと考えたそうだ。それは、ユーザーがキャラクターに感情移入し易くするためであり、シナリオライターである荒木氏が納得できるストーリー展開にしたかったためでもあるという。

やりたいことを曲げてまでユーザーに媚びたくないと考える一方で、ユーザーには物足りない部分があったかもしれないのが反省点だそうだ。

広告のアプローチは、コミケなどサークル活動で関連同人誌を事前に発行するなど、ターゲットを絞って行われた。

販売形態は、制作開始時はアニメイトでの委託販売だけを想定していた。しかし、ユーザーから店舗への問い合わせが多く、店舗から流通、流通からムーンパロット社という順序で、話が来たという。そこで、追加コストを支払ってでも〝ソフ倫〟を得ることで、流通を通じてより広く販売することにしたという。現在のところ、店舗での販売数が通販に比べ2倍ほどあるそうだ。

今後は、同じスタッフで作り続けることと、他のＢＬＧメーカーと被らない独自のカラーを打ち出すことで、確実にユーザーが付くような魅力的なブランドを目指したいという。

男製（だんせい）ＢＬＧその可能性

「ＢＬＧ制作が女性主導なのは、〝ヤオイ〟を分かる人が、今のところ女性に限られているからでしょう。ビジネス的には男女は無関係ですね」

プログラマーを除き、開発スタッフが圧倒的に女性で占められるＢＬＧ業界について、荒木氏はこうコメントする。

一ユーザーとしては、

「絵の好みから入って、次に、題材、ストーリー。これが面白ければ、商用、同人の区別なくＯＫです」

ということだ。

この意味では、ゲーム業界外からも新規参入できるいまどき数少ない、人気拡大中のこのジャンル、いずれは〝ヤオイ〟を理解する男性の手によるソフトが登場するかもしれない。

八木澤知彦（やぎさわ・ともひこ）：プログラムやゲームデザインもするライター。一方、男性向けゲームを作り出す女性たちは、すっかり男心（？）を見抜いているのでしょうか。もしや謎を呼んでいますか。

ユーザーにより近い制作者

同人サークルの挑戦

普段はそれぞれの仕事を抱えつつ、同人レベルでBLGを作るサークルの女の子たち。彼女たちの作るゲームには、ユーザーの感性がたっぷりと活かされているのです。

女の子がゲームソフトを作るなんてことが今では当たり前になってきています。今回は、そんな同人ソフトサークルの中から、2サークルをピックアップし、『エクソダス』を開発した「Black"H"Box」さんと、『bois～機械仕掛けの街～』を開発している「花梨エンターテイメント」さんを取材してみました。まずは「Black"H"Box」さんに聞いてみましょう。イベントでの販売や、委託など幅広く展開している人気サークルの一つです。

Black"H"Boxの場合

もともとは絵のサークルだったんです。そのメンバーでお酒を飲んでいた時に、「ギャルゲーはあるけど、男のはないよね」って雑談から始まりました。この当時のメンバーは、男性2人、女性2人。最終的には全体で9人くらいです。冗談半分で始まった企画ですが、そのうち本気になって作り始めました。

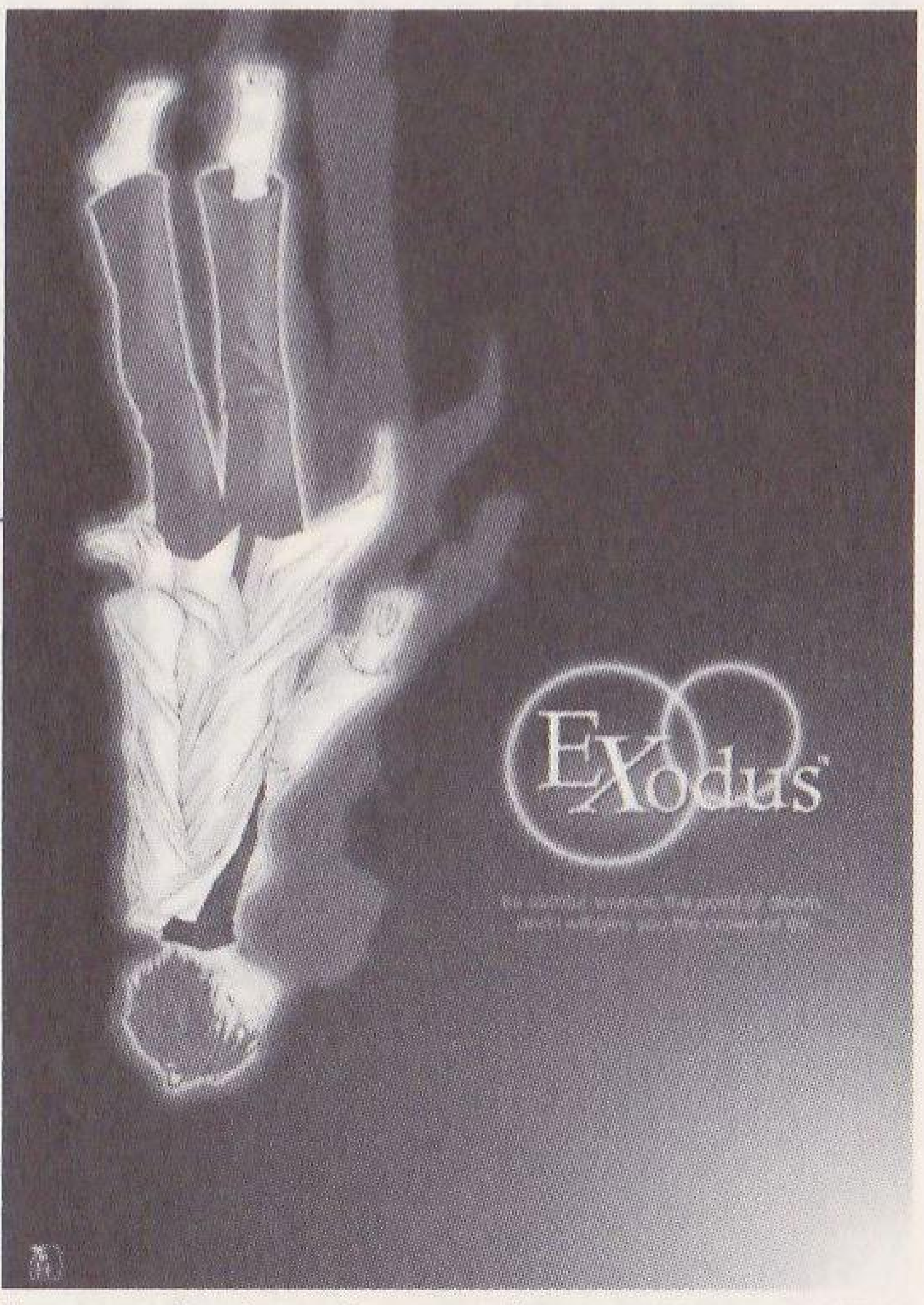
最初は男性スタッフが嫌がりました。ほとんどの男性が〝ホモ〟と〝やおい〟を一緒に考えていたらしくて。最近は、段々違いが分かってきたらしく、私たちよりも燃えています（笑）

ゲームを作るのは、このソフトが初めてで、プログラマーの方に教えてもらって、少しづつ覚えていきました。絵のサークルからゲームのサークルとなったのが'99年です。「Black"H"Box」の〝H〟は、そのサークルの名残りなんです。開発は大体2年間。当初はVCを使っていたのですが、Mac版も出したかったので、Directorに決めました。でも分らないことだらけだったのと、Macがなかったので、最初にWin版を出し、その後Mac版という感じになりました。Mac版のプログラマーは大阪にいまして、普段はネットでやり取りをしています。実はメンバー全員が顔を合わせたのが、制作後の冬コミで（笑）

メンバーは全員会社員です。サポートセンターや派遣社員など、コンピューター関係が多いですね。平均年齢は25歳くらいです。

発売前に、チラシを1万枚くらい撒きました。その当時は違うサークルもやっていたのですが、「女性のためのゲームを作ってます」って書いたら、鼻で笑われたこともあり、悔しかったです。

それで、発売が2001年5月。パッケージやプレスは業者さんにお願いしました。化粧箱が嫌で、DVDケースに入れたかったんです。最近は「雑誌を見ました」って方が小為替を送ってくることも



『エクソダス』のパッケージ。WIN版とMAC版と2種類ある。http://www.b-h-b.net/

あります。でも逆に、ネットに接続していない人も多いんだなと感じます。発売時のサポートも大変で、半数以上が「パソコンの使い方」からの説明でした。

仕事とソフトの両立なので、なかなか次回作まで手が回らないですが、楽しみにして欲しいと思います。

次は「花梨エンターテイメント」さんにお話を伺ってみました。

花梨エンターテイメントの場合

このサークルは『bo·is』というPCゲームを制作するために設立しました。その前は、コロコロ系のパロディなど、アニパロ中心に動いていたんです。BLGはJUNE系のサークルが多い中、微妙に肩身が狭いかなぁと思います。人数は10人弱ですが、多少出入りがあったので、実質は5人ほどです。大学の同級生が多いので、地方に帰った人はネットでやり取りしています。

普段Web関係のデザインとか、Flashを使った仕事をしているので、あまり抵抗なくやり取りできます。元々、ゲーム業界にいた経験があるのと、他のメンバーもアニメーター背景さんなどが入り混じっています。作るキッカケも、「こんなに色々いるから、集まったら何かできるんじゃないかな？」と思い立ったのが始まりでした。制作を始めたのが2年くらい前で、世界観を知ってもらうためにイベントでチラシを配布したり、Webでマンガを掲載しています。

この間、『bo·is』とは別に商業ソフトの制作依頼を受け、『Silent kiss』というソフトを開発しました。メーカーの社長さんとイベントで知り合ったのが、依頼を受けたキッカケです。『bo·is』を評価してくださったのと、書籍として売るってことがユニークで軽い気持ちで参加させていただきました。でも、『bo·is』に支障をきたしたくはなかったので、スタッフ3人で作りました。『bo·is』はかなりマニアックな作品なので、等身の高いキャラクターもやってみたかったんです。

「花梨」はキャラクターデザイン、レイアウト、原画、彩色、マンガなど、みんな別の人がやっているので、その辺が他のサークルさんと違って珍しいかと思います。線画を起こしている人は、デジタルは苦手だけどアニメーターなので、目パチ口パクを含んだものを描いてもらっています。表情パターンも8パターンくらいはあるので、けっこう多いかもしれないですね。コンシューマーのゲームばかりやっていたので、その感覚で作り始めたら、いつの間にかPCゲーの中ではボリュームのある内容になってしまったっていうか。そのせいで、制作も遅れに遅れているんですけど（笑）

制作中のゲームはシミュレーション形式で進めていきます。スケジュールを組んで、ターン式で、好感度、HP、所持金などのパラメーターも持たせて複雑な作りにしています。難易度は高いかもしれません。普通のBLGは商業、同人共にサウンドノベルかと思うものも多いのですが、あえてチャレンジしています。おかげで制作が長くなってしまい申し訳ないんですけど（苦笑）



現在開発中『bois～機械仕掛の街～』の最新情報が見られる。http://www.karin-e.jp/

PROFILE
あまのむらくも
同人ソフトはよく買います。パロディ同人ソフトも意外に多く、某人気車マンガや、某忍者マンガのやおいソフトも実はあったりします。興味があったら、イベント会場へ行ってみるのも良いかも？

「ボーイズラブゲーム」マーケット最前線

黎明期からブームへ

女性をどこまでもアツくさせているボーイズラブゲーム。ここへきてタイトル数が一挙に増えたが、ビジネスとしてこの市場を捉えた場合、可能性はどこにあるのか。

ついに動き始めたボーイズラブゲーム市場

PCゲーム市場に、ボーイズラブゲーム（以下、BLG）と呼ばれるジャンルが確立されるようになったのは、2000年3月に、男性向け18禁ゲームの大手メーカー、アリスソフトが女性向けブランド「アリスブルー」を立ち上げ『隠れ月』を発売したのがきっかけと言われている。18禁ゲームソフトが強いことで知られるPCソフト流通のアールエスケイ営業部主任島田和良氏は「『隠れ月』の発売が行われたころから、女性向けゲームのユーザーが見え始め、8月に『好きなものは好きだからしようがない！！―FIRST LIMIT―』（プラチナれーべる）発売前後で、ゲームに対する積極的なユーザーが多くなり、それらがきっかけで拡大がはじまった」と語る。

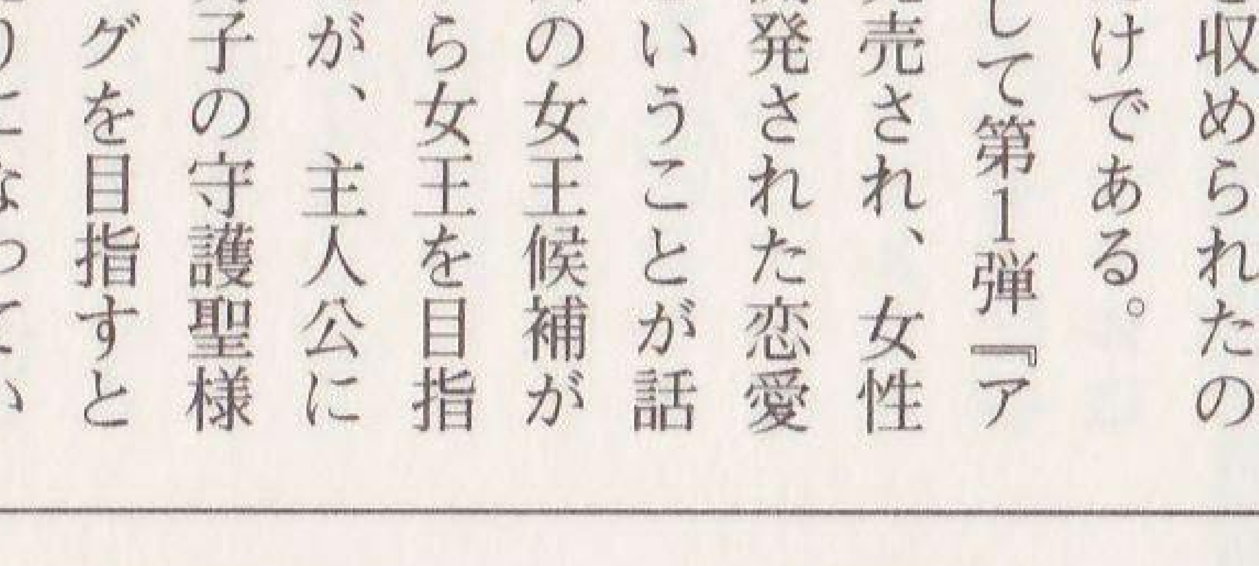
2000年に11タイトル程度だったのが、2001年には30タイトルが発売になり、今年は予定されているだけでも50タイトルと、急速に増加傾向にある。

一人勝ち状態の『アンジェリーク』

女性向けゲームの分野で、すでに一人勝ち状態に近い企業がある。『アンジェリーク』シリーズを持つコーエーである。いくつもの女性向けコンシューマタイトルが作られた中で、成功を収められたのは、このシリーズだけである。

'94年にSFC用として第1弾『アンジェリーク』が発売され、女性スタッフによって開発された恋愛シミュレーションということが話題になった。主人公の女王候補がライバルと闘いながら女王を目指すというのが趣旨だが、主人公に協力する9人の美男子の守護聖様との恋愛エンディングを目指すというのが、本当の売りになっていた。大きくブレイクするのは'97年に『アンジェリークSpecial2』（PS）が発売されてからだ。

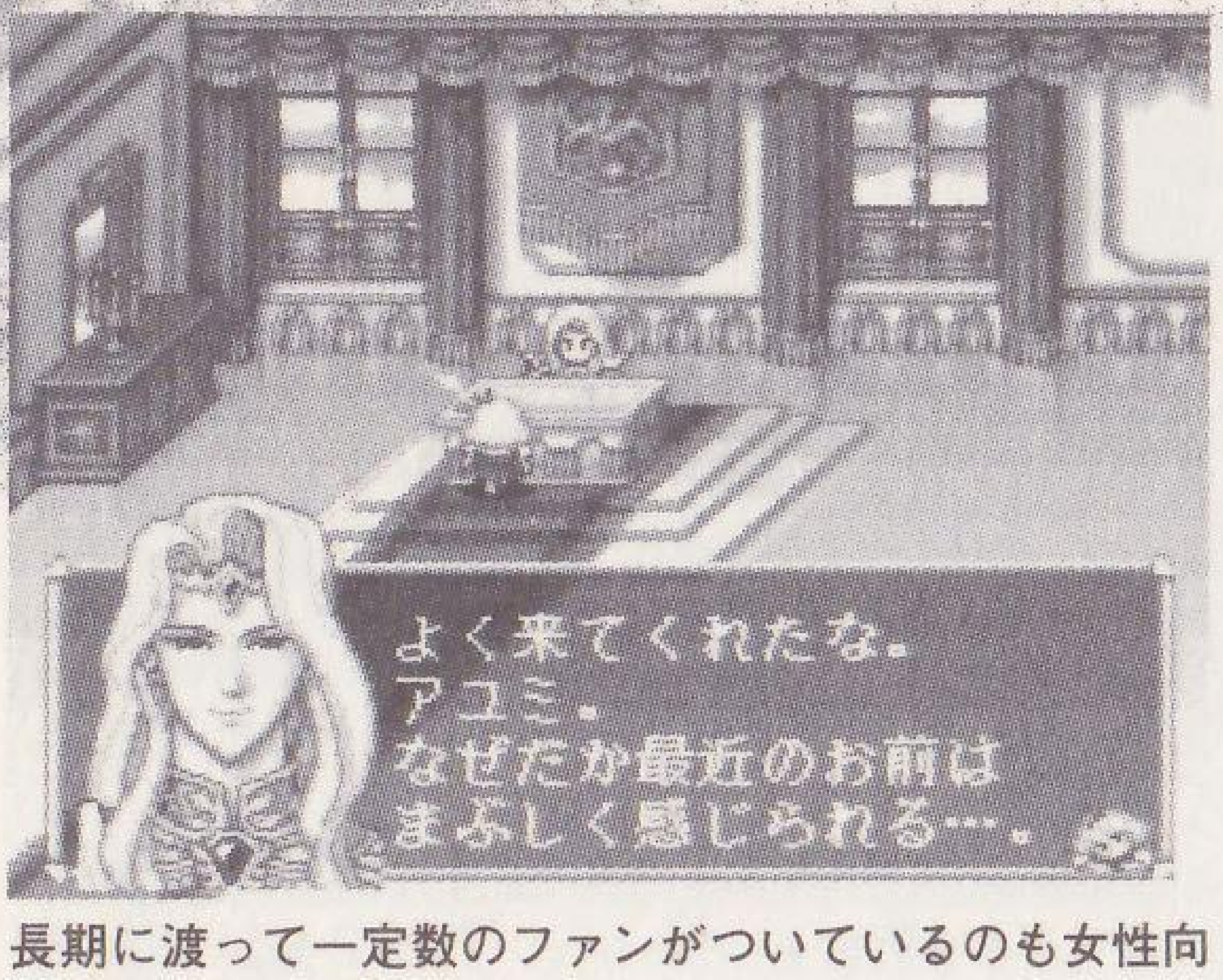
コーエーの販売会社コーエーネットの代表取締役伊藤道宏氏も来期以降の販売計画を立てていく上で「女性マーケットの開拓」を重要な要素の一つとして上げている。「女性層は未開拓な部分が多く、コーエー本体でも非常に力を入れている施策の一つです。コーエーでも『アンジェリーク』や『遥かな



BLGブレイクのきっかけとなった『隠れ月』。しかし本作はいわゆる「18禁」ではない。

る時空の中で』といった定番商品をもっています」（ＪＡＳＤＡＱ Ｍｏｎｔｈｌｙ２００２年１月号）

ところが、実際の販売実績でみると、それほど大きいわけではない。外伝的な『スウィートアンジェ』（ＧＢＡ・'99年）は2万本程度の販売に留まり、最新作の『アンジェリーク・トロワ』（ＰＳ２・'00年）は、第1週2万本程度の実績に留まっている。また、新しい女性向けタイトルとして発売された『遙かなる時空の中で』（ＰＳ・'99年）は、4万本程度しか販売に成功できていない。10万本単位での大きな実績は生まれていないのだ。



長期に渡って一定数のファンがついているのも女性向けゲームの特徴の一つである。

その小さな市場規模が、新規参入者の生き残りを難しくし、女性向けゲームは成功できないというジンクスを生み出すことになった。

コアなファンが牽引「定番商品」へ

ところが、実際にはコーエーは安定収益となる「定番」としての地位を築いている。それは消費行動が明かに男性ユーザーとは違うコアな女性ユーザーをつかむことによって成功させているのだ。

昔からの『アンジェリーク』のファンのユタカさん（ＨＮ）は、「いくら『アンジェリーク』のためにつぎ込んだのかわからない」という。彼女は多くのゲームを遊ぶわけではない。特定のゲームを何回もプレイする。『ファイアーエムブレム』シリーズは、20回は解いたという。「『アンジェリーク2』は、もう何十回プレイしたかわからない」という。

'97年頃から、コーエーが力を入れていることがある。ドラマＣＤや声優のボーカルＣＤの発売である。実に70枚以上のＣＤが発売されてきている。毎月1枚以上の何かが発売されている計算だ。そして、金額の合計は、優に18万円を超える。ユタカさんは、そのうちの60枚あまりを持っているという。

また、２０００年から開始されたパシフィコ横浜と大阪厚生年金会館で行われる、声優が登場するファン向けのイベントは、チケットは即日完売、毎回1万人ものファンが集まり大盛況を見せている。

『アンジェリーク』ファンの強さを物語る現象がある。カラオケのジョイサウンドが行っている「リクエスト王」というユーザーの人気投票によって、マイナーな曲でも登録されるというサービスがある。その投票で、40曲にも及ぶ、ほぼすべての『アンジェリーク』の歌が登録されているというのだ。

万単位の投票がなければ、曲は採用されない。ユタカさんは、自分のホームページで投票への協力を呼びかけ、その活動はネットを通じてコアなファンの間で共有された。ユタカさんは会社帰りにジョイサウンドにより、1人で1時間だけ部屋を借りて、カラオケ機のテンキーで投票番号をひたすら押し続ける作業をしたという。近く、全曲をみんなで集まって歌う「全曲ミサ」を計画している。

ユタカさんは、『アンジェリーク』では「主人公の女の子の立場として遊んでいるのではない」という。女性がボーイズラブの分野で求めるのは、自分の好みの男性2人が恋愛をする姿である。しかし、このシリーズには男性同士の恋愛が描かれているシーンはない。あくまで主人公の女の子との絡みしか起きない。ところが、そうではない部分があるという。

『2』では、主人公との関係以外にも、9人の守護聖様同士に親密度がある。主人公が、神殿で祈ることによって、自分以外に、男性同士の親密度を引き上げていくことができるという仕組みになっている。つまり、女王になることそっちのけで、自分の好きなキャラクターの相性をひたすら引き上げるということをして楽しむのだ。

主人公がキャラ同士の相性を「占い」で調べると、少しずつ仲良くなっていく姿や、たまにチビ

キャラの守護聖様2人が公園などで連れ立って、どちらかの守護聖様の家に行くという数秒間のイベントが発生する。それをちょっと見るだけで、『アンジェリーク』ファンは充分に「萌え」、そこから先は、自分たちの想像の世界で楽しめるのだという。

それがここ数年のPCの普及によって、状況が大きく変化しつつある。間接的にしか描かれなかった、男性同士の恋愛が自由に表現しやすくなっているのだ。

少女漫画のように作家性が重要

「男性向けの18禁ゲームが発売初日で大半が売れるのに対して、女性向けのゲームは初週に山がないかわりに長い間売れ続けます。いかに売場で欠品しないようにするのかが重要です」と、スタック代表取締役大沼明夫氏は語る。

同社は、男性向けの18禁ゲームを開発しているが、『アポクリファ／ゼロ　アレクディスク』(Win)を2001年7月に発売して、BLGに参入した。発売以来、毎月確実に一定量が売れるという状態が続いているという。PCゲームのヒットの一つの目安である、1万本という数字は当然到達している。

この作品は、アレク、プラチナという2人の王子様が、王国を旅しながら、多くの男性の協力者を得て王座を獲得する闘いをするというゲームだ。プラチナを主人公にした『アポクリファ／ゼロ　プラチナディスク』(Win)も2001年8月に発売している。

もちろん、プレイヤーの好みの王子と男性とが絡むイベントが用意されている。当初、18禁の絵が含まれたタイトルを開発することを考えていた。しかし、メインの客層が中高生になることを想定して、性的な表現は理解が難しいと考え、一般作とする形を取ったのだという。そして、実際に購入する層も、その層が中心という。

「ボーイズラブゲームの世界は、少女漫画的な作家性が重要視されていくことになると思います。シナリオ、原画、企画を実績のあるゆうきあずささんにお任せする形で作品の完成度が高いといった、そういうところをユーザーの方が見ていくのではないかと思います」(大沼氏)



全年齢対象ということもあってか、キャラクターの声を含めた、作家性を最重視している。

女性には、男性には理解することができない「萌え」的な要素があり、その部分を作れるのは特定の女性作家によるだろうということなのだ。

また、登場するキャラクターには、人気声優を当て、完全フルボイス化している。「男性の場合、フルボイス化したタイトルでも、多くの場合スキップしてしまいます。ところが、女性の場合は、プレイが何回目でも、すべてを聞きながら進めていく場合が多いんです。そのため、声に対してのウエイトは男性向けのものよりも高いと思っています」(大沼氏)

すでにドラマCDも2枚発売中で、上々の反響が出ているという。「まだ、告知が充分に行き届いていない部分があり、コミケなどでイベントに出展すると大きな反響があり、売上げが前週の3倍になるといったことが起きます。すでにファンサイトの数は我々が把握できない数にまで広がっています。まだまだ、拡大していく余地は充分にあるだろうと思っています」(大沼氏)

ストーリーの完成度が重視されるという特徴

「今の状況は、男性向けの18禁ゲームの黎明期に非常によく似ています」と語るのは、ムーンパロット代表取締役尼子真澄氏。同社の初のタイトルとなる18禁BLG、『蒼黒の月』(Win／Mac)を2001年5月に発売した。王国を崩壊に導く兄に立ち向かう弟の視点から描かれるビジュアルノベル

だ。ユーザーの平均年齢は、20代後半が中心という。

「元々、同人誌を作っていた友人同士の集まりで、女性向けのゲームがあってもいいよね、という話をしていたんです。2年前に、同人誌即売会の会場で、読者にアンケートをしてみたんですが、ほとんどの読者がパソコンを持っていないという反応でした。ところが、iMACが登場したことで、女性ユーザーに一気にパソコンが普及するきっかけになりました」（尼子氏）

それにより潜在マーケットが形成されたとみて、それならやれるのではないかと会社を作って制作体制を整えたという。



頭の中で熟成しやすいストーリーを提供することが大切だが、過激な場面を求める年齢層もある。

「男性は下半身でヌくけど、女性は頭でヌくと言われました。最終的には、エロは入ってもなくてもいいというのです。自分の中でキャラクターを再構成して楽しむことができるといいます。そのためにストーリーの水準を高めていく必要があった」（尼子氏）という。当初のシナリオでは、エロシーンはなかった。しかし、それでも女性から露骨な表現を求める声も強かったという。その判断から18禁のシーンを作ることを決めた。

声優はあえて使っていない。事前のヒアリングでは、ビジュアルと声が合わないから変えてほしいといったタイプの反響が出てくることが充分に予想できたという。ボーイズラブものは、声優が決め手ではなく、作品そのものを手にとってくれるので、大きな要素にはならないと見ていると語る。

「女性は男性よりも商品の選択がシビアで、男性のヘビーユーザーで月に3〜4本買うのに対して、女性は、せいぜい月に1本で、しかも給料日のあとでないと買わない。そして買ったゲームは徹底してやり込むといった形のユーザーが多いような気がします。そのため、それに絶えうる世界を、作る側も納得いくもので出すことが重要だと思っています」（尼子氏）

4月には、フォローできなかったストーリーを補完する意味を持つ『外伝』が発売され、すでに『2』も開発準備に入っている。

エントリーユーザーの取り込みがカギ

「コミケで対面販売をした感想では、10代半ばくらいから30代の層まで幅広い層に興味を持って頂けていると思っています。声優が有名であるとか、18禁の要素があるとか作品の内容によっても、支持する層は違ってくると思われます」（島田氏）

参入している各社とも、ファンディスク、ドラマCD、続編といったシリーズに関係するメディアを出す速度が、一般のゲームや男性向けゲームに比べ早い。ゲーム性うんぬんよりも、世界観を楽しむことに力点が置かれている女性ユーザーの姿が感じられる。

「今のユーザーはイノベータ層がほとんどですので、今後作り手側がいかにエントリーユーザーに楽しめるもの〝ばかり〟を作っていけるかどうかが一番大切だと思います。PCゲームはおもしろいという印象を、エントリーユーザーに与え続けられれば、ユーザーは増えていくと思われます。まだまだ女性向けPCゲームがあることを知らない方が多いと思いますので、いかにその存在を告知して、買いやすい売場を作っていくのかということが、大きな課題といえます」（島田氏）

ただ、仮に『アンジェリーク』が登場してきた時と同じことが起きると想定すると、BLGマーケットは、ある程度のサイズにまで成長した以後は、特定のタイトルやブランドのコアなユーザーが生まれ収斂していく可能性がある。まだ、ブームは始まったばかり。コアなタイトルになるための激しい競争が、今後は始まってくるといえるだろう。

新 清士（しんきよし）：ゲーム業界をジャーナリスティックな面で追っているノンフィクションライター。
http://www.jgdconf.com/sakugetu/

緊急企画!!

洋ゲーの王道、3Dアクションシューティングの最新大作

メタルオブオナーを徹底検証!!

ノルマンディー上陸作戦。ゲーム性が完全に欠如されたゲームの中にFPSジャンルの新たな可能性を垣間見た！

The Medal of Honor: Allied Assault

ジャンル：FPS/メーカー：エレクトロニック・アーツ・スクウェア/機種：Win95＆98＆Me&2000&XP
価格：6800円/発売日：2002年2月15日

現実とゲームのはざまの中で

気が付くとミッションの冒頭部分に戻されていた。今度こそはクリアしたいという意気込みと共に、マウスを握る右手に力がこもる。再トライ。目の前にいた仲間たちがバタバタと倒れていく。煙に巻かれ前方すら確認できない。機関銃の轟音と共にバイオメーターの数値が一気に下がっていく。なんとか救急隊員の所にたどりついた。これも完全に偶然。それを戦略的にしようと思ったのではない。人影に隠れてしばらく身をしのごうと思って後ろについた人間が救急隊員だっただけだ。バイオメーターをいっぱいにしてもらったその瞬間、再度機関銃が豪雨の雨粒のごとくいとも簡単に着弾してきた。最後は爆音とともに飛び散る精鋭軍隊を横目に見ながら自らも死を迎えていた。気が遠くなる位この一連の動作を繰り返した後、思わずマウスを床に叩きつけながら、数年ぶりにコンピュータに対して罵倒を浴びせる。

「なんだ、これ！　全然ゲームになってねーよ！」とここではっと気が付いた。そうだ。確かにこれはゲームではない。このノルマンディー上陸のミッションは。

世界市場に認められたFPSジャンルの魅力とは

『THE MEDAL OF HONOR：Allied Assault』（以下『MOH』）はドリームウォークインターアクティブが映画「プライベート・ライアン」が公開された'99年に、PS用ゲームとして開発にゴーサインを出したのがきっかけで制作された、第二次世界大戦をテーマにした一人称視点アクションシューティングゲーム（以下FPS）である。本作品は『MOH』シリーズ三作目にして、FPSゲームの新たな金字塔だ。

この金字塔はジョン・カーマックが『ウォルヘンシュタイン3D』を開発して以来、FPS系ゲームデザイナーのほとんどが達成したいと思い願っていたものだ。それは電脳内における非日常的な現実のリアルタイム再現である。『MOH』の魅力を語るにはFPSジャンルの理解が不可欠だ。FPS程、日本市場に冷たく扱われたジャンルはない。家庭用ゲーム機が主流であった日本市場にとって、マウスを使って標準を合わし、左クリックで射撃というような家庭用ハードと非常に相性の悪いFPSが普及しなかったのはある意味仕方がなかったのかもしれない。だが、デジタルエンターテイメントが仮想世

界の中で非日常的事項の擬似体験をプレイヤーに体感させると言うことも究極目標（スタートレックのホロデック）のひとつとして捕らえられ発展してきた事を考慮すると、FPS的ジャンルが創出されたというのは、ある意味非常に論理的結果だったとも言える。事実、韓国・中国・台湾・香港と言ったPCゲームがコンシューマゲーム機以上に遊ばれている所では、FPSは自然に受け入れられ、そのエンターテイメント性は、西洋ではなく、アジアでも十分通用する事を立証している。残念ながら、FPSに対する日本市場の冷めた反応が、本ジャンルのジャパンパッシング（日本逃避）現象を増長しているというのは否めない。

確かにFPSジャンルがとっつきにくいジャンルであるのは否定できない。代表的なのは〝3D酔い〟現象だ。FPSを初めてプレイしたひとは必ずといって3D酔いに襲われるといっても過言ではない。しかし、その現象になれた途端、多くのプレイヤーはFPSに病み付きになる。それはこのジャンルが他のゲームと比べ臨場感が高く、よりどっぷりとゲームの世界観を満喫する事が出来るからだ。事実、FPSの原点と言われている『ウォルヘンシュタイン3D』を開発したジョン・カーマックは如何にしたらゲームの提供する世界観にプレイヤーがよりのめり込めるかを考慮しながら、FPSのコア・テクノロジーと言える3Dエンジンを開発していった。そのため、その後続々と発表された『DOOM』シリーズ、『QUAKE』シリーズと言った同氏作品郡の一般的な評価は技術的革新性は非常に高く、プレイヤーをよりリアルな世界に導くが、ゲームシナリオはしょぼいと言った評価を得ることとなる。この一貫した技術重視、シナリオ欠如の状態で、プレイヤーはLAN・インターネット経由で遊べるマルチ・プレイモードをより遊びこみ、他人との交流の中で、臨場感ある世界観を自ら作っていくという独特のプレイスタイルを確立していったのだ。



銃弾を避けるだけでなく、身を隠す場所となる、建物などは戦術にとっては重要なファクターとなる。

新たなビジネスモデルの構築

FPSジャンル発展の機軸だが、確かに不満も残った。シングル・プレイの単調な世界観にFPSの限界を感じ始めたプレイヤーが少なくなかったからだ。もしかしたら、シナリオ欠如におけるFPSの限界を最も強く感じたのはカーマック自身だったのかもしれない。そこで彼は独自に作り上げた3Dエンジン（QUAKEエンジンと呼ばれている）を他のゲーム企業にライセンスするという全く新たなビジネスモデルを構築した。このゲーム業界内での自由な技術交流が（当然利益が伴う交流ではあるが）結果的にFPSジャンルの発展に多大な貢献をしたのは言うまでもない。これに伴いSF、ファンタジー、戦争モノと言った様々なジャンルがFPSゲームに加わっていく。そして『ハーフ・ライフ』のようなシナリオ重視の傑作が生まれていくという経緯に至る。そして、この傾向は『トム・クレイシー』シリーズ、『DEUS EX』そして『MAX PAYNE』への受け継がれていく。

FPSジャンル発展の機軸

ジャンルの多様化が進む中で、『MOH』の方向性を明確に示したのが映画作りの神様、スティーブン・スピルバーグその人である。

『MOH』シリーズ開発当初スピルバーグが提示した唯一の指示が「ランボースタイルのゲームを超越し、第二次世界大戦で各個人が賭した犠牲についてしっかり語れるゲームを作る」ということであった。

非常に簡潔な言葉であるが、開発チームにとっては大きな挑戦を伴う提言であったのはいうまでもない。技術的発展が伴っているとは言え、スピルバーグの提言はFPSゲームの2大原点とも言えるとも言える、「撃って、逃げる」という基本姿勢と、「戦いを非日常的で緊迫した状況でありながらエンターテインメント性のあるシミュレーションに作り上げる」を捨てると言う事を意味している。簡潔に言えば〝ゲーム〟であることを捨てろと指示したのと同義に等しい。だが、少なくともこの本作においては、開発チームはこの無謀とも言えるビジョンをしっかりと貫いていると言っていいだろう。スピルバーグの指示を達成すると言う

事は「リアル体験に対してしての飽くなき追求」を意味しており、その壮大な目標を決してあきらめずに追求した結果が、冒頭描写した本作品におけるノルマンディー上陸作戦の再現につながっているようだ。

ゲーム体験が映画体験を凌駕するとき

『MOH』の中盤に収められているノルマンディー上陸作戦は、本作中最もゲーム性が欠如している部分である。でありながら、ゲーム史にも残りうる偉大なシーンになったのは、ゲーム性を徹底的に排除したからに他ならない。ゲームの中にあって、ゲームでなかったもの、それは、かつて現実に起こったこと以外のなにものでもないからだ。

　能力に対する配慮、プレイビリティー、フェアネス、戦略性、最低限のルールといった、およそゲームニクスと表現できる全ての範疇のバランス調整が皆無である、非情で冷酷なシロモノであるこのレベルの存在自体が戦争というものの恐ろしさをプレイヤーに心底味あわせてくれる。今まで、どれだけ面白いゲームでも〝戦争〟という〝素材〟に対して、ここまでエンターテイメント性を否定した作品は存在しなかった。確かにライフ回復など、プレイヤーがある程度円滑にゲームを進めるような配慮は見られるものの、そのようなゲーム的配慮がこのゲームにおいては全面的に感じられることは皆無である。それぐらいプレイヤーは必死で〝ゲーム〟をプレイしているのだ。

「俺が第二次大戦で実際にこの戦闘に加わっていたら、死んでいたんだろうな」という思想がプレイ中常に頭の中よぎってしまうという「不快感」とプレイ後の「安全」という現実に引き戻される瞬間の『違和感』はこのゲームをプレイしたひとの誰もが感じるものではないだろうか。

　かつて、映画「プライベート・ライアン」は、観客を戦場の最前線に否応なしに引きずりこんだ。

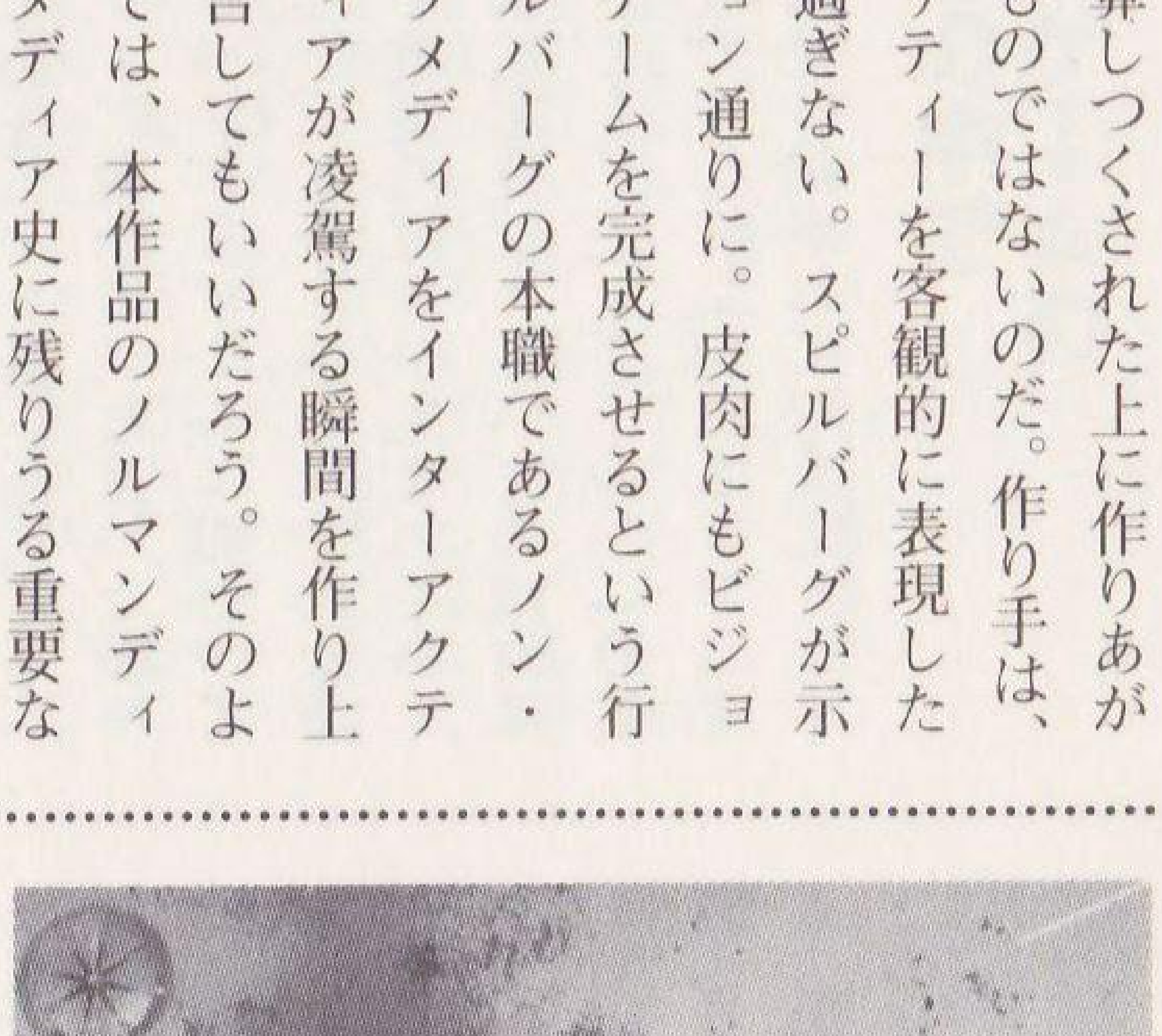
『MOH』では、プライヤーを戦場の最前線に連れ込んだ上で、唐突に全てのゲーム的お約束をプレイヤーから剥奪し、戦いを強いた上に敗北による屈辱と、無駄な死による虚無感をこれでもか、これでもかと味わすことに成功している。『MOH』に感じられる刹那的体験は通常ゲームが目指す、いわゆる「快感」とはほど遠い。嫌悪感、否、嘔吐感すら感じさせる生々しい体験である。そして、このような嫌悪感も『バイオハザード』等のように演出の中で計算しつくされた上に作りあがってきたものではないのだ。作り手は、単にリアリティーを客観的に表現したかったに過ぎない。スピルバーグが示したビジョン通りに。皮肉にもビジョンどおりゲームを完成させるという行為がスピルバーグの本職であるノン・アクティブメディアをインターアクティブメディアが凌駕する瞬間を作り上げたと断言してもいいだろう。そのような意味では、本作品のノルマンディー上陸はメディア史に残りうる重要な瞬間だったのかもしれない。

オヤジが現役ゲーマーでいることを誇りに思える瞬間とは

　テレビゲームというものを手に触れてから既に20年以上が経過してしまった。当時はそれを持っているだけでも物珍しさに人気物になることが出来たものだ。だが、それが縁でできた友達も部活、受験、恋人、入社、結婚、という様々な人生の節目のたびにゲームから去って行き、気が付くとゲームの事を熱く語れる幼な友達は誰もいなくなっていた。だが、大人になってもゲームをやりつづけることの意義を実感させてくれるような作品も稀に出現する。「この体験をするために俺はまだゲームをやってんだよな！」という気持ちを感じさせてくれるゲームが……『MOH』は正にそんな作品だ。

　FPSは日本では人気がないジャンルかもしれない。洋モノのPCゲームということもより多くの人が本作品に触れる事の障害になってしまうだろう。

　だが、日本のゲーマーもそろそろFPSに対する偏見をなぎ捨てる時期が来たのではないのだろうか？　少なくとも『MOH』が一人のオヤジゲーマーである筆者の人生観すら変えることに成功し、ゲームが映画を超えた瞬間を垣間見させたゲームと言う意味では是非この体験を出来るだけ多くのひとに味わってもらいたい。



3D視点ならではの緊張感。少々問題なのは3D酔いをする人が多いことか。

まだまだあるぞ
FPSゲーム大紹介!!

日本ではいまいち盛り上がっていないFPS
しかし良作、名作は存在しているのだ！

『DOOM』

FPSがゲームジャンルとして成立したのは『DOOM』の大ヒットがあったればこそ、撃ちまくる爽快感や、敵同士を戦わせる戦略性など、シンプルながらも深いゲーム性を持つ。一人で遊んでも充分に楽しめるが、LANによる複数プレイが『DOOM』の醍醐味。後の多くのゲームが『DOOM』系と呼ばれているように、このゲームがFPSというジャンルに与えた影響の大きさが計り知れる。（機種：PSなど）

MAX PAYNE

厳密にいえばFPSではなく3人称視点ではあるが、操作はキーボードとマウスを使用したFPS的な方法を取っている。3Dアクションゲームに映像の演出を取りこみ、〝見せどころ〟では3人称視点、戦闘の感覚はFPSと、絶妙なバランスでゲーム世界に引き込んでくれる。ゲーム内時間をスローモーションにできる「バレットタイムシステム」も、プレイ戦術を深めるとともに、プレイヤーによるプレイ演出を可能にしている。（機種：Win95以上）


映画的なシーンが自分の手で作り出せるバレットタイムシステム。

オペレーション フラッシュポイント

どこまでもリアルを追及したFPS。物陰に身を潜め、敵に気づかれる前に倒す、といった緊張感溢れるプレイが特徴。最初は一兵卒であるプレイヤーも、最大12人の部下を持つ指揮官となる。個人的な能力だけでなく、統率力や判断力も求められる。（機種：Win98／Me）

『HALO』

Xboxで期待されているのが、この『HALO』だ。多彩な武器と兵器を駆使して、敵の思考も賢く一筋縄ではいかないはずだ。また、ゲーム中で登場するマシンは複数人乗りであるように、マルチプレイが想定されているのだが、Xbox版ではネット対応していない。Xboxを4台用意すれば16人での大戦が可能ということだが、とても実用的だとは思えない。FPSの名作なだけに、こういった点は改善してもらいたいものだ。


果たして『HALO』はXboxの切り札と成り得るのか？

まだ間に合う!?

ゲーム業界就職最前線

キラリと光る ゲーム会社で働きた～い!

春なのに就職が決まっていない！　どうしてもゲーム業界で働きたい！　そんなあなたに送るこの特集。元気のあるゲーム会社で働くにはどうすればいいのか？　大手ゲーム会社何するものぞ！　常に最前線で踏ん張るゲーム会社6社のインタビューを交えてお送りしよう。

もう4月？　まだ4月？　だからこそ……

毎年4月…、新入社員たちが新しい職場に通い始める。だが、この大不況の時代、みんながみんな就職できるわけじゃあ、ない。「不況に強いゲーム業界」と言われていたのも今は昔。他企業と同じように、ゲーム会社も苦しいという状況は変わらない。当然、新しい人材を採用する率も少なくなっている。これは大手ゲーム会社でも中小ソフトハウスでも同じこと。

それでも、どうしてもゲーム会社で働きたい、ゲームを作ってみたい！　と思っている人。でも、悶々としているだけでは夢はかなわない。幸いなことに、ゲーム会社の中には、4月に限らず人材を募集しているところが多々ある。

では、どうすれば入れるのか？　希望の職種につけるのか？　必要なスキルは何なのか？　これら希望をかなえるための情報をお届けする。

まずは、現在のゲーム業界の人材募集状況を知ることから始めることにしよう。

ゲーム業界人材募集状況の現状

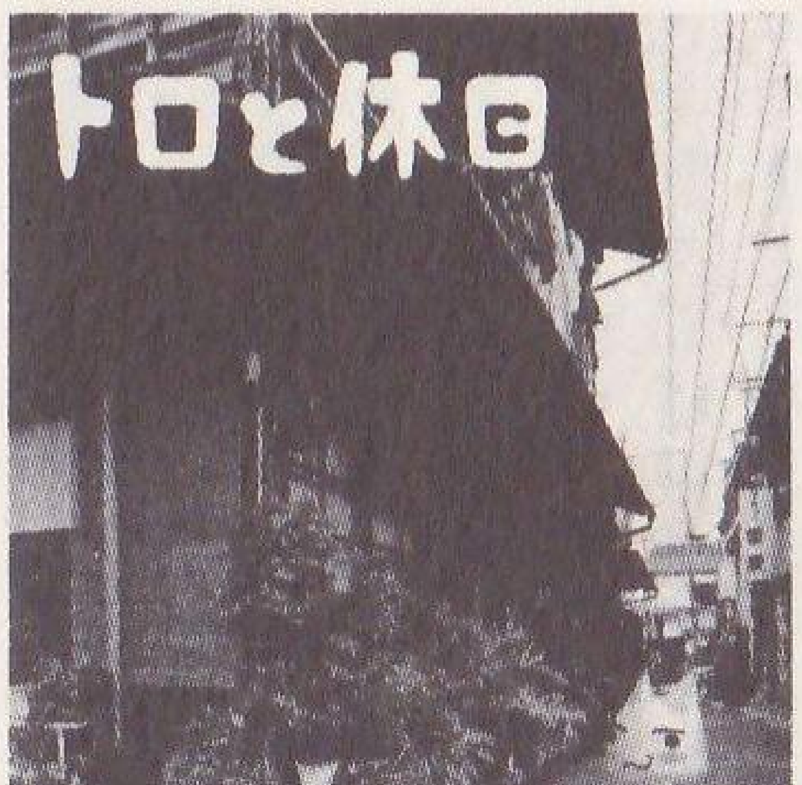
一部上場を果たしているようないわゆる大手のゲーム会社と、中小ソフトハウスといわれるゲーム会社では、基本的に人材募集の次期や内容が異なる場合が多い。

大手ゲーム会社では、4月入社の新卒者を中心に採用、中途採用はあるものの若干名となるのが大半だ。それに対して、中小ソフトハウスでは、新卒者も採用するが若干名で、中途採用で即戦力を求めているところが多い。

つまり、ソフト開発のラインを何本も持っているような余裕のある大手ゲーム会社では、人材を育てていこうということであり、ギリギリのライン数でソフトを開発している中小ソフトハウスでは、人材を育てたいとは思っているものの、その余裕がなく、入社即戦力となる経験者を欲しているということなのだ。未経験者をまったく取らないというわけではないが、かなり狭き門といえるだろう。

どちらにしても、採用される人数はそう多くなく、ゲーム会社への就職希望が増えている現在では、競争率がかなり高いということを覚えておこう。

今年の就職が決まらなかった人たちや来年卒業する学生たちが、それでもゲーム会社に入るにはどうすればいいのか？　もう4月だと思うのか、まだ4月だと考えるのかだけでも状況は変わってくる。やるべきことはたくさんあるが、時間がないわけではない。ここであきらめているようでは、例え入社できても長続きはしないだろう。やれることは全てやる。その気概を持っていたい。



大手ゲーム会社は、強力な宣伝力によるイメージ戦略で勝負する。

募集される職種は？

ゲーム会社側では、各社の採用基準や基本的な人間性を重視し、慎重に採用か不採用かを決めている。ひと昔前のように、ゲームが好きでたまらない、というだけで入社できる状況ではないのだ。何でもいいからゲーム会社に入りたい、ではなく、自分が何をやりたいかをはっきりと決めておきたい。

ここでは、ゲーム会社が募集している主な職種を簡単に紹介する。

■企画

どんな内容の、どんなシステムのゲームを作るのかを考える。それだけではなく、その内容を企画書にまとめ、他の人間にうまく伝えていく。そしてその企画が採用になれば、開発チームに企画内容を伝え、チームを引っ張っていかなければならない。ゲーム内容を考えるだけではなく、周りの人間とのコミニュケーションやチームをまとめる能力が必要となる。

■プログラマー

実際にゲームのプログラムを組んでいく、開発の要。まったくプログラミングの知識がない人ではこの職種につくのは難しく、最低でもコンピュータの知識がある、できればC言語を理解しているほうがいいだろう。どれくらいのC言語のレベルが必要かは、ゲーム会社によってまちまちで、人材育成をするゲーム会社と即戦力を欲するゲーム会社では、当然のことながらかなりの差がある。

■グラフィックデザイナー

ゲーム中のキャラクターや世界観等をデザインする。以前は2Dでのいわゆる一枚絵を描くことが主体だったのに対し、現在では3Dのモデリングなどをする必要があり、デザイナーとしての幅が広くなってきている。

コンピュータの知識があればそれに越したことはないが、例えば個性的なイラストが描けるとか絵心がある等、知識というよりは感性を求められる職種だ。

■サウンド

ゲームプレイ中に流れるBGMや効果音等を作成する。現在では、ミュージックCDと同質のサウンドがゲーム中に流れるのが当たり前で、それだけ、曲の質やセンスが必要になってくる。いかにそのゲームにマッチした音を作るかが重要なのだ。

これら職種の他にもプランナーやディレクターなどがあるが、かなりゲーム開発の経験がないと難しい職種といえる。



ひとりでゲームを作るわけじゃないので、コミュニケーションが取れるかどうかは重要項目となる。

どうせ入るなら こんなゲーム会社？

●大手ゲーム会社

◎収入が安定している
◎未経験者を育ててくれる
◎どんな仕事でも開発ラインの一部となり、作業的に仕事をすることが多い

●中小ソフトハウス

◎会社の将来がまだ不安定の場合が多い
◎わりと自分がやりたい仕事をすることができる
◎みんなと一緒に、自分たちの力で会社を大きくしていこう、という気概が持ちやすい

大雑把ではあるが、以上が大手ゲーム会社と中小ソフトハウスの特徴だ。人それぞれの考え方があるので、一概にどちらがいいとはいえない。だが、本誌としては、大手に入って、危機感のないままに仕事を淡々とこなすよりは、みんなが一丸となってゲーム制作に励み、より斬新なゲーム開発ができる可能性の高い、中小ソフトハウスに入る人を応援したい。次ページからは、そんな元気のあるソフトハウス6社のインタビューを掲載する。

テクモ株式会社

ファミコン創世期からゲーム会社としてゲーム開発を行ってきたテクモ。現在ではPSからX－BOXまで、あらゆるハードに対し、時代に即した形でゲームソフトを供給している。「真剣に商品を作る」ということを基本にしてゲーム制作をしているテクモの人材募集状況とは？

商品を生み出すために、まずは人をしっかり育てたい

編集部（以下編）：最初に御社の業務内容をお話下さい。

藤田氏（以下敬称略）：もともとアミューズメント施設、業務用のゲーム開発をやってまして、ファミコン時代に家庭用ゲーム機に参入して、時代に即応した形でゲームソフトを供給しています。この4月からはアミューズメント部門を分社化します。それにパチンコやパチスロの液晶部分の製作も行ってます。

ここ数年は、「真摯にいい物をしっかり作ろう」という方針を貫いています。もう一回原点に戻って、何でゲームが売れるのか、どうやったら売れるのか、自己満足の作品じゃなく良い物を作って世の中に出そうという考えで、そのため分社化して徹底させようということなんです。

編：方針は何年くらい前に変えたのですか？

藤田：10年くらい前でしょうか。そのころの当社の体質は「商品」を作るというシステムになっておらず、感性で物を作るとか、その人の頭の中にあるものを作っていました。でも、それではダメだと強く感じたため、プロジェクトマネージメント制度というものを導入しました。

またそのために新入社員の研修というのを始めたんです。その時の研修生はみんな文系で、一からC言語の勉強をやらせたんですけど、そのプログラミング研修の一期生が「DOA」のプロデューサーの板垣や、ギャロップレーサーや刻銘館シリーズのプロデューサーたちなんです。物をしっかり作ろう、商品をしっかり生み出そうというステップの中で、まずは人を育てよう、考え方をこうしよう、ということでやってきています。

編：10年前と現在では、欲しい人材というのに変化はありますか？

藤田：昔も今も、いつも欲しい人材というのは、「一生懸命がんばって、思想があって、何でやりたいのか」という気持ちをしっかり言える人ですね。

編：今年の新卒者は何人くらい採用されたのですか？

藤田：27人です。

編：倍率的にはどれくらい？

藤田：説明会を昨年8回やって、1300人です。書類選考から合わせると2000人くらいですかね。

編：かなり狭き門ですね。

藤田：実際は、もっと採りたかったというのが本音ですね。

編：ということは、その人数の中に、採りたい人材がいなかった？

藤田：極端にいうとそうです。目標としては50人くらいは採りたかったんですけど……。絞り込んでいったら、結果として27人だったということなんです。

当社は新卒にしても中途にしても、使い捨てようと思って採るわけではないんです。本当にその人間を育てていこうと、ものすごく真剣に思っているんす。だから、学生と面接してもケン

▶DEAD OR ALIVE 3◀



テクモの人気格闘ゲームのシリーズ第三弾は、話題のニューハード、X-BOXから発売された。PS2を超えているビジュアルと操作感はファンの期待を裏切らない出来といえよう。


メディアネットワーク事業部
執行役員部長　藤田氏

力になるんです（笑）。

やりたいんです、という人は多いですけど、どうして作りたいの？　どうやったら作れると思う？　という質問に答えられる人がすごく少ない。何も完璧を求めているわけではなくて、その人が5年、10年経ってそれを答えられるようになるかどうかを見ているんですけどね。

編：前年度の採用は何人ですか？

藤田：前の年の新卒は21人です。ただ4年位前だと50人くらい採ったこともあります。平成10年が52人、それ以降は平均で20人前後。ですから、何人採りたいという制限ではないんです。

編：ということは、年々学生の質が落ちてきているということなのですか？

藤田：質というよりは、仕事に対する感覚というか、大人子供で言うと、年々子供になっているような気がします。

今の人たちはとりあえず「ゲームが好きだから」って言うんです。それで、「3年経ってもし首になったらどうするの？」と聞くと、「フリーターでもしますかね」って答えるんです。おいおい、人生懸けてやろうよ、と思うんですけどね。とりあえずやろう、じゃなくて、本当に好きで好きでこれがやりたいんだから、と思ってくれる人が、あまりいないです。

編：面接で変わった人というのはいますか？

藤田：傾向としては、キレる人が多い。「何でゲーム作りたいの？　その理由をもっとキチンと答えてください」と真剣に聞くんですよ。すると逆に、「あなたは何でゲーム作りたいんですか」って聞き返して来る人がいる。今この面接という場面で「きっと、こういうつもりで聞いてるんだ」ということを考えきれていないんです。そういう意味では皆、面接者の気持ちを読めていないですね。

編：履歴書で重要視するのはどういった部分ですか？

藤田：当社の場合、応募者の方には「エントリーシート」という独自の書式への記入をお願いしております。そこから「忍耐、熱意、ガッツ」などが見えてくる人を重視しています。

実際は、数あるファクターの中でひとつでもあればいいんです。問題は、それを増やしていける人間かどうかなんです。だからエントリーシートに、どれだけ熱意をぶつけてくるかが本当に重要なんです。

編：他業種とゲーム業界で求められる人材の違いはありますか？

藤田：職種によって作品力で見るという部分はありますが、人間性だとか意識の部分ではまったく一緒だと思いますね。

編：こんな人が欲しい、というのはどういう人ですか？

藤田：もう噛み付いてでも「これがやりたい」といえる人。「なぜ？」と聞かれて、それに答えられなくても、深く考えられる人。一所懸命心血を物に注ぐということができる人だったら、極端な話、どんな人でもいいですよ。

基本的募集内容

《新卒者》
2003年3月卒業予定の新卒者募集
■募集職種
開発部門／プログラマー／ＣＧデザイナー／ネットワークエンジニア／営業部門／プロモーション／国際事業部／アミューズメント事業部／管理部門
《中途採用者》随時募集
◎詳細連絡先
テクモ株式会社　総務部人事課
TEL：03-3222-7645
（受付時間9：30〜18:00）
FAX：03-3222-7649
e-mail：recruit@tecmo.co.jp
HP：http://www.tecmo.co.jp/

株式会社 ゲームフリーク

言わずと知れた「ポケットモンスター」を開発したゲームフリーク。代表は田尻氏。「遊ぶ」ことの楽しさを追求する姿勢は今も昔も変わらず。感受性豊かな人材がこの会社に入れば、第2の「ポケモン」が誕生しても決して不思議ではない。そんな雰囲気の感じられるゲーム会社といえよう。

能力だけではなく、うちの会社にあっているかどうかが重要

編集部（以下編）：御社の人材募集内容を教えて下さい。

森本氏（以下敬称略）：プログラマー、グラフィックデザイナー、企画の3つですね。

浜野氏（以下敬称略）：開発部と総務部と2つの部署がありまして、面接の時にも総務部から何名、開発部から何名という形で採用を決めています。

編：基本的に、新卒者と中途採用者の両方を募集しているということですか?

森本：そうです。

編：中途採用の募集時期というのはいつくらいになりますか?

森本：1年中ですね。随時募集ということです。

編：4月に入社される新卒者は何人くらいでしょう?

浜野：2名です。プログラマーが1名と、グラフィックデザイナーが1名です。

編：新卒者ということはまったく経験のない人たちですよね。

浜野：はい。専門学校を卒業してうちに来てもらうという形です。

編：それはゲームスクールの卒業生ですか?

浜野：ここ数年の間に新卒者の募集をかけているんですけれど、HPの募集と同時に専門学校へ求人表を出していまして、学校のほうから紹介して頂くことが多くなってます。ですからゲームスクールを卒業された人の人数が多くなってはいますね。



プランナー　森本氏

編：去年採用された人は何人くらいでしょう?

浜野：2001年度でいいますと中途採用も含めて5人です。

編：昨年の応募者の総数は?

浜野：広告掲載をしたので、それで100名近く来ましたね。それ以外で、うちのHPでも随時募集していまして、そこからの応募が月に10名くらいです。

編：全体としては200名くらいあって5名を採用ということですね。

浜野：そうなりますね。

編：新卒、中途を含めて、来年度に採用したい人数というのはどれくらいを予定していますか?

浜野：いい人がいれば随時採りたいですね。

▶ポケットモンスター関連書籍◀

通信で行う「交換する楽しさ」、「対戦する楽しさ」から誕生したポケモン。ポケモンたちが一人歩きを始めて久しいが、その魅力あるゲーム内容を生み出せたのは、田尻氏の感性ならではだろう。

右の写真はメディアファクトリーから発行されているポケモン開発時のエピソードなどをまとめた本。




総務部　浜野氏

編：それはやっぱり経験者ですか？
森本：いや、広く採りたいという部分もあります。
編：ではまったく未経験でもいい？
森本：ただ、やっぱり見るところは見ますので、未経験者は通りにくいかもしれないですね。やっぱりグラフィックデザイナーは絵が描けないとダメですが、ゲームの開発の経験がなくても問題はないということです。
編：例えば新卒者として普通の学校を卒業した人たちの応募があった場合にはどうですか？
森本：その方の能力に合わせて採ったりする場合もありますね。
編：その場合、どの辺を見るのでしょう？
森本：プログラマーはやはり何かしらの言語を使って簡単なものでもいいからゲームを作って欲しいですね。
　グラフィックデザイナーの場合、今現在では3Dではなくて2Dのドット絵がメインで即戦力になりますので、そういう絵が描ければプラスアルファにはなりますね。
　企画の場合だと評価がしずらいのですけど、専門学校を行っている人の方が企画書の書き方がわかっているので、アピールしやすいと思うんですよ。でも、普通の学校を卒業した人も数名採用しています。
編：人材を採用するときの基準はどういった部分ですか？
浜野：ゲーム制作というのはチームワークという部分もあるので、そのチームワークの輪を乱さない、社会人としての最低限のマナーを持っているかどうか、という部分を見ています。
森本：開発としては、能力はもちろんですけれど、うちの会社の一員として一緒にうまくやっていけるかどうか、この人はうちのカラーにあっているかどうかが重要ですね。やはり能力だけあっても協調性がなかったり、ひとりで突っ走っちゃうような人は難しいですね。
編：履歴書というのはどれくらい重要視しますか？
浜野：基本的には作品で判断しますので、履歴書だけで落とすことはありませんね。
編：企画書等でいうと、どの辺を見ますか？
森本：そのゲームがどういうゲームなのか、ということがパッとわかる、そしてゲームのイメージが掴めて、なるべくオリジナリティのあるもの。「マリオのようなゲーム」とか表面的なことではなく、その人が考えた「面白そうなアイデア」が伝わってくればいいと思います。
編：1年のうちで、人が欲しいという時期はありますか？
森本：特にいつというのはありませんが、忙しくない時期は入りやすいかもしれません。忙しくなってしまうと、面接している時間もなくなりますし、プロジェクトの最初の時期の方が途中からよりも、本人にとって良いんですよね。開発をするにあたって教える側も余裕がありますから、できれば開発の始まりの時がいいんです。
編：これからの時期はどうですか
森本：タイミング的には忙しくなり始めていますけど、基本的には随時募集しています。
編：今後、こういう人に来て欲しいというのはありますか？
森本：ゲームが好きであることはあたりまえなんですけど、ただ好きじゃなくて、「自分が作った物を、人にやってもらうということが楽しい」という精神とか気持ちが大事じゃないかと思います。そういったことも含めて、ゲームに愛がある人がいいですね。

基本的募集内容

《新卒者》
毎年3月に卒業される学生（専門学校、短大、大学）を対象。
■職種
プランナー/プログラマー/グラフィックデザイナー等

《中途採用者》
随時募集で、募集職種は時期によって変わります。
詳細連絡先
電話番号　03（3467）4387
採用担当／浜野
※電話によるお問い合わせでは、
求人に関することのみ受け付けております。
HPアドレス
http://www.gamefreak.co.jp/

株式会社ディースリー・パブリッシャー

他のゲーム会社とは一風違うＤ３パブリッシャーは、自社でのソフト開発は行っていない。企画を考えて制作を外部に発注、それを販売するパブリッシング業務が主となるゲーム会社だ。ある意味、時代に見合ったゲーム会社ということもできるだろう。

うちの場合、ある程度、社会経験のある人のほうが可能性があります

編集部（以下編）：現在の人材募集の状況はどんな感じでしょうか？

岡島氏（以下敬称略）：必要とあらば、随時採用を考えるといったところですね。

編：随時募集ということですか？

岡島：随時募集しているとも、いないともいえますね。新卒採用しようという感じは、まったくないです。弊社のスタッフというのは、もう何社も経験してきた者の集まりですので、ある程度スキルを持った中途採用というほうが考えやすいですね。

編：スキルというのは？

岡島：例えば、営業パートで人材が欲しいとなれば、それで募集しますし、制作進行プロデューサーが必要となれば、それで1人、2人採用しますといった感じですね。

編：新卒者の採用予定と求める人材について教えてください。

岡島：今のところ新卒採用の予定はないですね。ただゲーム業界の、例えばプロデューサー業というのはさっぱりわからないんだけれども、ゲームが好きで、やりたいという人は沢山いらっしゃるんですよ。そういう人たちとお話して、この人の感覚はいいものを持っているな、と思ったら採用して、あとはその人の持っている目利きの部分を、ゲームに対してどういう風に活かすかを覚えてもらう、ということはありますね。

編：ある程度社会に出で経験を積んでから……。

岡島：そうですね、社会常識というのは、ある程度持っている人のほうがうれしいですね。

編：募集はHP上で行っているのですか？

岡島：HPなり求人誌に出したりという感じですね。ちなみに昨年度は、制作プロデューサーで2度ほど募集しまして、その他では管理部門、マーケティング部門等で採用しました。

編：人数的にはどれくらいですか？

岡島：去年は女性2人、男性2人ほど、その前の年は6人くらいですね。

編：募集する職種というのは？

岡島：ゲーム制作プロデューサーと、ゲームの広報、営業ですね。あとは解説書等の制作進行を含むデスクワークのできる人、製造出荷等を管理するパートです。

編：それぞれのパートで経験のある人をということですね。

岡島：ゲーム関係の仕事という意味では、経験のない人もいますけれどね。

編：今年に入ってからの募集は？

岡島：今年はまだしていません。今後は、われわれが考えている業務の展開によっていろいろ変わってくると思いますが。

編：4、5、6月くらいでの募集という可能性はありますか？

岡島：まったくないとはいえませんね。募集するときにはHP上にも出しますんで、もしD3に入りたいという人がいらっしゃったら、こまめに当社HPを見て下さいというしかないですね(笑)。



▲マーケティング部 プロモーション課 課長 佐藤氏

▲取締役 ソフトウェア事業部 部長 岡島氏

▶SIMPLEシリーズ◀

低価格でゲームを楽しめるこのシリーズは、今や100タイトルを超える勢いで増え続けている。多岐にわたるジャンルと、低価格とはいえ、その値段分は十分に楽しめる内容が受けているのだろう。



基本的募集内容

現在、緊急募集中です（4/3現在）。
HP、求人雑誌等をご確認ください。

お電話、FAXでのお問い合わせ
TEL 03-5786-1371（代表）
FAX 03-5786-1373
HPアドレス
http://www.d3p.co.jp/

元気のあるゲーム会社リクルートインタビュー 4

株式会社アクワイア

斬新な発想で話題作を送り出しているアクワイア。「アイデア勝負」という考え方は、誰にでもチャンスがあるということにもなる。この本が出る頃には、新たな開発が始まるタイミングだというアクワイアに、自分のアイデア、将来を賭けてみるのもいいかもしれない。

個性を持ちつつも、常識のある人が欲しい

編集部（以下編）：随時募集ということですが新卒者も募集しているんですよね。

遠藤氏（以下敬称略）：当社の場合、育てる機関がないので新卒採用は比較的少ないです。ですから、いい人がいれば随時募集という形です。

編：開発という形で募集されているんですか？

遠藤：職種はプログラマーとか企画とかで、その時点で足りない職種を重点的にチョイスして募集しています。

編：その場合の判断基準は？

遠藤：まず作品を送ってもらう、というプロセスを踏んでいます。

編：アルバイトとして採ることもあると聞いたのですが？

遠藤：正社員というのはあまり考えてないんです。正社員になる場合も、まず契約社員として入社していただきます。契約社員という形で最長で1年、アルバイトだと短期で1ヶ月とか3ヶ月で区切って契約延長します。

編：その間の業績を見るわけですね。

中西氏（以下敬称略）：場合によってはそれが1年だったりプロジェクト単位だったりして、終了した時点で次もやって欲しいという場合には契約します。

編：若くて経験のない人でも採用する、ということはないんですか。

中西：育てる余裕がまだないですし、そんなに人数が採れるわけではないんですけど、デザイナーだったら絵心があるとか、スキルがあるなら優先することはあります。

編：面接で見る人間性というのはどういうところですか？

遠藤：グループワークなので言葉が通じる人がいいです（笑）。話が通じてちゃんとコミュニケーションがとれる人。

土田氏（以下敬称略）：昔は能力があれば許されていたと思うんですけど、今は開発の規模が大きいので分担作業になりますから、コミュニケーションが非常に重要なんです。

編：短期的に入って次につながる人というと、重要なのはどんな部分ですか？

遠藤：うちのゲームはオリジナリティを売り物にしています。総合力では大企業には太刀打ちできませんので、どうしてもアイデア重視というか斬新さに賭けている部分が非常に大きいんです。

編：個性的な方がいいと？

遠藤：でもあまり個性丸出しの人は、やっぱりコミュニケーションに問題がありますよね。やっぱり個性である部分をちゃんと持ちつつも、社会性というか一般常識も必要であるということを把握してバランスが取れている人がいいですね。

編：御社としては今後どういう人材が求められると思いますか

遠藤：他の会社でもそうだと思うんですけど、「できる人」につきますよね。使える人と使えない人はやっぱり明確に差があると思いますので、やっぱり「濃い人材」が欲しい。大きな会社は、ある程度人数採って振るいにかけるけれど、うちにはそういう余裕がないですからね。

▶『天誅』シリーズ・『侍』◀

「忍者」という、それまでになかった題材を使い、独特の世界観とシステムで話題となった『天誅』シリーズ。最新作『侍』も含め、まさにアイデア勝負のソフトといえる。





代表取締役　遠藤氏（左）
アミューズメントコンテンツ部　制作2課　中西氏
開発部開発課　土田氏（右）

基本的募集内容

■募集職種：ゲームプロデューサー／ゲームディレクター／プログラマー／ゲームプログラマー／CGデザイナー／モーションキャプチャー／企画／一般事務
■正社員・契約社員・アルバイト
尚、応募にあたっては市販の履歴書を使用し、写真を添付してください。
CGデザイナー希望の方は、あらかじめ郵送にて作品をお送りください。
メール宛先：ayame@acquire.co.jp
お問い合わせは、上記メールアドレス、もしくは人事採用係（03-5826-2701）
HPアドレス
http://www.acquire.co.jp/info/info.html

有限会社 大宮ソフト

まさに職人の集まり、といった感じの大宮ソフト。ある程度のゲームファンなら、このゲーム会社名に見覚えがあるはずだが、意外なほど少人数でゲーム制作にあたっている。果たして入る術はあるか？

一人一人の比重が高いので一般募集は難しいですね

編集部（以下編）：少数精鋭でやってらしゃいますが、今後人材を採る予定はありますか？

鈴木氏（以下敬称略）：慢性的に人手は足りないんで、採りたい気持ちはあるのですけど、一般募集となると結構リスクが高いですからね。会社の規模がある程度大きければ、育てていけるでしょうけど、うちの場合は少人数なので、一人一人にかかる比重が非常に大きいんですよ。そうした時に、採ってみたけれどイマイチだった、というリスクを考えると、どうしても及び腰になりますね。

過去には、採用した人もいましたけれど、まだ、どういう人がいい、という勘どころが分かっていないんです。

編：過去に入って辞められた人というのはどういう理由ですか？

鈴木：仕事上という感じですね。あとは、僕らのほうも古くから一緒にやってますから、独特のムードができている時に、まったく新しい感じで、しかもある程度経験や技量のある人が入ってこれるかというと、それもまた難しいですね。適応力があって技術力があってという理想の人がいればいいのですけれど（笑）。僕らもそれはムチャな要求だとわかってるんで、一般募集をかけるとか、専門学校に求人表を出して、という気持ちになかなかなれないんですよ。

編：ゲームをやった人が自分もこういうゲームを作りたいんだ、といってくるケースはありますか？

鈴木：今のところ、HPや広告で求人をしていないんで、それを乗り越えてまでくる人はほとんどいませんね。割と新卒の人で連絡してくることが多いのですけれど、丁重にお断りしています。

編：今まで面接された人の中で、話していてこれは使えないな、というように会話の中で感じたことはありますか？

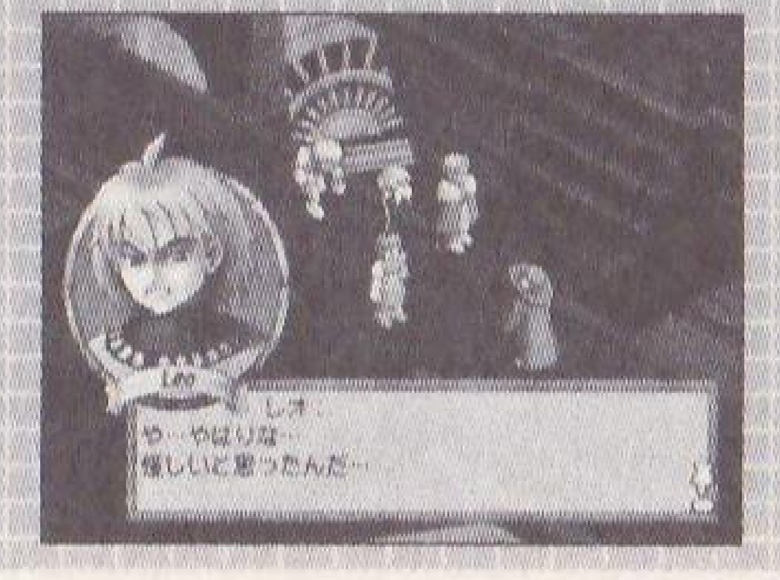
鈴木：はっきりしないな、と感じたことはありますね。ですけど自分のことをハキハキとアピールする人と、僕は普通のプログラムしているだけです、という人がいた場合、その実態って何ともいえないんですよね。普通のプログラムだと思いますという人でも、クオリティラインが高い人であればその普通がすごいということになるし、当たり前のことを、さもすごいことのようにいう人もいるでしょうから。だからいろんな人が来ますけれど、的確に把握できたことはないですね。面接って難しいですよ。

編：人間性を考えた場合、どういう人だったら欲しいですか？

鈴木：よく気の廻る人ですね。どんな職種でもそうだと思うんですけど、自分がどういうポジションで何を求められているかが分かる人ですね。後になって僕は習ってないんで分からないです、という人か、予め今は分からないですけど少し時間を頂いて勉強しますから、といえる人か、同じことなんですけど状況を分かることができるか、その一点ですね。

▶カルドセプトシリーズ◀

カルドセプトは、カードを使った戦略的ボードゲーム。プレイヤーは手持ちのカードを使い、土地を取得し、邪魔する敵を倒しながら進んでいく。シミュレーション的要素も盛り込まれていて、熱中するファンが多いソフトだ。





取締役社長　鈴木氏

基本的募集内容

現在は人材募集はしていません。
HPアドレス
http://www.omiyasoft.com/

元気のあるゲーム会社リクルートインタビュー 6

イリュージョンソフト 番外編

斬新な発想で話題作を送り出しているアクワイア。「アイデア勝負」という考え方は、誰にでもチャンスがあるということにもなる。この本が出る頃には、新たな開発が始まるタイミングだというアクワイアに、自分のアイデア、将来を賭けてみるのもいいかもしれない。

《FAXインタビュー》

■人材採用の状況

新卒、中途採用の内容に特に違いはありませんが、経験者は相談に応じています。また、中途採用の場合は、基本的に年齢26歳くらいまでと考えています。

■過去に募集した職種

プログラマー、企画、シナリオ、2D・3DCGスタッフ等。

今後、アニメーター等のスペシャリストも募集予定。

■4月上旬段階での採用の有無

アルバイトですが、随時募集しているので、実力があれば採用します。

■基本的な、人材採用の基準

◎プログラマー：Direct3Dでゲームが作成できて、システムや基本企画を自ら提案できる人。

◎企画・シナリオ：独創的アイデアを立案できて、完成されたストーリー、シナリオを提案できる人。

◎3DCG：特にツールに馴れている必要はありませんが、デッサン力があり、研究熱心な人。

※どの職種でも向上心を持ち、組織の中でゲームを作るということを考えられる人を望みます。

■昨年の採用人数と現在の状況

6人採用しました。ツールに触れたことのない人も多かったのですが、現在では馴れて、メインスタッフとしてプロジェクトに参加しています。

■面接等で重症視する部分

自分のリスクをいえること。

■採りなくない人材

技術的なことよりも、わがままな人は採用しづらいですね。

■履歴書はどこまで重要視するか?

常識の範囲内で書かれていれば、履歴書の段階で良い悪いは判断しません。ただ、ゲーム業界で働くということをいつも良く考えている人の履歴書は、その分よくアピールしています。

■採用された人が就職時に心がけて欲しいこと

ひとつ挙げるとするなら、ゲーム会社に就職することが目的になってしまわないこと。入社すると緊張の糸が切れて、上手になるとか、感動させるとか、就職前に持っていた志がなくなり、言われたことしかやらなくなる人が多い。

この仕事を一生やれるかどうかの瀬戸際でもあるのでがむしゃらにやって欲しい。せっかくゲーム業界に入ったのだから、チャンスを活かして欲しいですね。

■他業種とゲーム業界で求められる人材の違い

違う部分もあるでしょうが、特別ではなくほぼ同じだと思います。

■弊社の特徴

小さな会社ですし、青年向けというジャンルのこともあって、なかなか人材を集められないのが現状です。他の会社と比較して条件も悪いですし、安定感も感じないでしょう。入ってきたら、やることが沢山あり、厳しいことばかりで大変です。それでもうちでやりたい、という人を求めています。

▶バトルレイバー◀

3D格闘ゲームに、青年向けゲームとしての要素がふんだんに盛り込まれているソフト。その美しいビジュアルを見ると、技術力の高さが垣間見られる。





広報担当の中岡氏。(前号のインタビューより)

基本的募集内容

電話後に、履歴書と作品サンプルを送って下さい。
問合せ電話番号
045-322-1551(人事担当)
HPアドレス
http://www.illusion.co.jp/

総論

本当にゲーム業界に入りたいなら…

インタビューした中で比較的大手となる「テクモ」、まさに中小ソフトハウスである「アクワイア」、「ゲームフリーク」、最小限の人数で運営する「大宮ソフト」等、会社の規模や考え方によって人材募集の内容が異なることがわかったと思う。これらにうまく対応することがポイントなのだ。

インタビューして感じたことは、会社にとって必要な人間は時期にかかわらず「採用したい」と考えているということだ。

全般的に言えることは、まず人間性を重視し、それにプラスして個々のゲーム会社に「必要な職種」を欲していること。必ず出てきたのは「協調性」という言葉。この特集の冒頭でも書いたが、ある程度の人数で開発を行う以上、周りの人間とのコミュニケーションが大切で、ひとりよがりの考え方ではやっていけない。個性は大切だが、それは物を作る上での話で、「変わり者」が求められているわけではない。最低限の一般常識は持っていなければならない。

そんな当たり前のこと、と思うかもしれないが、この当たり前のことができない人間がいかに多いか、インタビューを読んでもらえばわかるだろう。

ゲーム会社も、他の一般企業と変わらない。コンピュータやゲームにやたら詳しい、変わり者の集団、という考え方は捨てることだ。

必要とされている人材とは？

ここで、ゲーム会社が必要としている人材の要素をまとめてみる。全般的にいうと、先にも書いたが

◎最低限の一般常識（あいさつができる、他人の痛みがわかる）

◎目的がはっきりしている（自分が何をしたいのかを認識している）

◎協調性（コミニュケーションが取れる、他人の意見を受け入れることができる）

◎好奇心（どんなことにでも興味を持つことができる）

◎熱意・根性（作業が山場を迎えたときにも、めげないで仕事ができる）

といったところ。これらは一般企業でも必要とされる項目でもある。

人材募集に応募するときの注意

応募したいゲーム会社が見つかったら、履歴書等を書いて送ることになるが、ここでも注意点がある。その手順も紹介しておく。

1・HPや雑誌等に書いてある応募要綱をよく確認して応募する

悪い例としては、いきなり作品や履歴書を送りつけること。募集期間ならまだしも、そうじゃない場合、まず電話を入れるなどして確認をとる。そこでゲーム会社側の人からこうしてくれ、という指示を受けて、初めて履歴書や作品を送ること。

2・面接時には遅刻厳禁

これは当たり前のこと。少なくとも5分から10分前にはついていること。また、服装も最低限のマナーのもので行ったほうがいい。

3・面接の受け答えはハッキリと答える。自分が何をやりたくて応募したのかを明確にする。

これらのことは、最低限必要とされること。逆にいえばこれができていれば、どこでも通用するということだ。



何事も最初が肝心、面接では自分をアピールすることが大切だ。が、やりすぎは禁物。

経験者の場合

これだけはやっておきたい

■職務経歴書を作成する

以前にいた会社では、どんなことをやっていたのかを詳しく書いておく。

■過去の作品をまとめる

自分が手がけた、過去の作品をデータでも何でもかまわないのでまとめておく。この時には、相手が見やすいようにしておく。ただし、過大に関わったようなことはいわないこと。ウソをついてもすぐバレる。

■以前の会社を辞めて、どうしてこの会社を選んだかを明確にする

応募した会社で、自分は何をやりたいのか？　どうして選んだのかをハッキリしておく。

※経験者の場合、即戦力として見られることになるので、何をどれだけできるのか、ということを、しっかりとアピールすることも忘れずにしたい。

未経験者の場合

これだけはやっておきたい

■最低限の知識を得る

ゲーム制作に携わりたいなら、コンピュータの知識は必要不可欠。「ワード」や「エクセル」等、一般企業でも必要なソフトでかまわないので、使えるようにしておく。

■つきたい職種について、何が必要かを覚えて勉強する

いきなりプログラマーになりたい、とか絵を描いたことがないのにデザイナーになりたい、といってもムリ。まず、その職種について何が必要かを知り、勉強しておく。「自分は現在これだけ勉強しています。あとは雑用でもいいので、アルバイトしながら勉強させて欲しい」というくらいの熱意を見せること。

※まったく未経験者の場合、他でアルバイトをしてでも、希望の職種につきたい、というくらいの気持ちがないと厳しいのが現状だ。

学生で来春をめざす場合

これだけはやっておきたい

■つきたい職種について勉強しておく

在学中に、やりたい職種について勉強しておく。学生の場合、ゲーム会社側も、当然、未経験であることは承知の上なので、就職に関して、これだけ勉強してきた、ということをアピールできればポイントは高い。

■ゲーム以外の知識を広めておく

盲目的にゲームをプレイしているだけでは意味がない。映画・音楽等、何でもかまわないので、他の分野にも興味を持ち、吸収しておくこと。必ず役に立つはずだ。

■一般常識を身につけておく

学生時代には通用したことでも、社会に出れば通用しないこともある。最低限の一般常識は身につけておくことも大切だ。

※学生の場合、大手に入って勉強する、というのもひとつの方法だ。

文化として定着しつつあるゲーム業界で働くということ…

変わり者の集団がマニアに向けてゲームを作成していた時代は終わった。映画、音楽とほぼ同列に見られる文化として定着してきたゲーム業界も、現在では一般企業同様に、いやそれ以上に働くことが難しくなってきているのが現状だ。応募者は多いものの、「この人を雇ってみたい」と思わせる人材が少ない、という意見をあるゲーム会社の人から聞いた。

同人ソフトをつくるならまだしも、そうではなく、一企業の人間としてゲーム制作に携わるには、やはりそれなりの常識が必要となってくる。

読者の中には、もしかすると未来の大ヒットゲームを作れる人材がいるかもしれない。そんな才能を埋もれさせないためにも、やれることは全てやって、なんとかゲーム業界に入って欲しい。「熱意」。このバタ臭い言葉こそ、今のゲーム業界に必要な要素のようだ。

市川和久：ゲーム・コンピュータ書籍、児童書の仕事をするフリーライター。
児童書の仕事が楽しい今日この頃、久々のゲーム批評の仕事で昔を思い出してしまった！

ブレインが道義的大罪を犯したとは

不正競争防止法と著作権法違反で提訴されたエンターブレイン。なぜ、提訴されるという最悪な結果を招いたのだろうか？

ファミ通という巨大媒体を持ち、ゲーム業界で多大な影響力を持つエンターブレイン（以下ｅｂ）は何を考えているのだろうか？

２００１年5月に発売された『ティアリングサーガ』（以下『ＴＳ』）は、あまりにも任天堂ブランドの『ファイアーエムブレム』（以下『ＦＥ』）シリーズに酷似する内容であった。購入した多くのユーザーが〝しょうがないこと〟だと認識していたことだろう。なぜなら、『ＴＳ』を制作したのが、『ＦＥ』の生みの親といっても過言ではない加賀昭三氏だからである。「しかたがない」これはユーザーの気持ちであっても、〝会社〟としては無視する事態ではなかった。現に任天堂とインテリジェントシステムズ（以下ＩＳ）は２００１年7月に、ｅｂとティルナノーグ、そして加賀氏個人を含めた2社と一個人を「不正競争防止法・著作権法違反」で提訴し、裁判にまでいたっている。『ＴＳ』は以前『エムブレムサーガ』というタイトルで発表され、何度も任天堂から警告を受けている経過をみれば、提訴

エンター

これまでの流れ

1990年4月	『ファイアーエムブレム暗黒竜と光の剣』発売
1992年3月	『ファイアーエムブレム外伝』発売
1994年1月	『ファイアーエムブレム紋章の謎』発売
1996年5月	『ファイアーエムブレム聖戦の系譜』発売
1996〜1997年	加賀氏がゲーム誌に何度も登場
1998年	『ファイアーエムブレム』の次タイトルが64DDで発売されることが発表される
1999年6月	『ファイアーエムブレム64』が64DDからROMへと媒体の変更
1999年	加賀氏インテリジェントシステムズを退社し、ティルナノーグを立ち上げ
1999年9月	『ファイアーエムブレムトラキア776』発売
2000年1月	ファミ通1月21日号に加賀氏が登場。『ファイアーエムブレム』の続編の発表ともとれるインタビューを掲載
2000年	任天堂から不正競争防止法・著作権法に違反と警告
2000年9月	『ファイアーエムブレム64』の発売中止。GBAへと移行
2001年4月	『エムブレムサーガ』のタイトルが『ティアリングサーガ』に変更
	電撃Play Station Dに『ティアリングサーガ』の体験版が『エムブレムサーガ』として収録される
2001年7月	任天堂とインテリジェントシステムズが、エンターブレインとティルナノーグと加賀氏を「不正競争防止法・著作権法違反」で提訴
2001年9月	東京地裁で第一回公判
2001年10月	東京地裁で第二回公判
2001年12月	東京地裁で第三回公判
2002年1月	東京地裁で第四回公判
2002年3月	GBA『ファイアーエムブレム封印の剣』が発売
2002年4月	東京地裁で第五回公判が開催される予定

もあたりまえの経過であろう。ここで疑問の向く方向が、「任天堂がなぜ提訴したのか」から「ebがなぜ提訴されるまで問題を解消できなかったのか」へと変わってくるのである。

不正競争防止法を取り上げている、任天堂・IS側の姿勢をみれば主張は判りやすい。判りやすいのならばeb側としても対応しやすかったはずである。しかし、eb側は充分な対応を行わなかった。その対応の〝下手さ〟こそが今回のこの事件の最大の疑問点である。

なぜ、ゲームマスコミを知り尽くしたebがこのような行為に走ったのか？ ebに大儀がないのであれば、「道義的大罪を犯した」としか言わざるをえない。果たして、この裁判の背景には何が潜んでいるのだろうか。

（編集部）

不正競争防止法とは？

不正な競争を規制するための法律。不正競争を目的とした、模倣行為が違反となる。模倣された者は、その模倣行為の差し止めや損害賠償、信用の回復措置を請求することができる。

不正行為とされる主な行為

1：認知度の高い他人の商品表示（商号、商標、容器、包装など）と類似したものを、同業種または類似の業務を行う者が、自己の商品に使用して他人の商品と混同させる行為

2：他人の有名なブランドを用いて、そのブランドのもつ宣伝効果や信用に「タダ乗り」する行為

3：本物そっくりな商品を本物の商品が販売された日から3年以内に販売する行為

4：他社の製造技術情報や顧客リストなどの営業秘密を詐欺や窃盗など不正な手段で入手して使用する行為

5：競争関係にある他社の営業上の信用を害する虚偽の事実を述べたり、うわさして流したりする行為

など





◆『ファイアーエムブレム』と『ティアリングサーガ』

単純にして複雑に交差するゲーム性とは

問題を判りやすくするのならば、いかに“似ているか？”に集約する。2つのゲームを徹底的に検証してみよう。

今回の『ティアリングサーガ』（以下『TS』）裁判の争点を最も簡略化するのであれば、それは『ファイアーエムブレム』（以下『FE』）と『TS』がいかに〝類似〟しているのか？　に帰結するだろう。続編と認識されるまでに似ているのか、その事実についてゲーム批評ライター各氏の協力を得て、検証してみた。特に、「ゲーム批評vol．40」のソフト批評において『TS』のソフト批評を担当していただいた村井良介氏には、『FE』と『TS』について、コメントをいただいている。

システムは類似というより酷似である

まずは、ゲームとしての骨組みともいえるシステム面から見ていきたい。『FE』が優れたSRPGである以上、それが「王道」となり、「応用」あるいは「模倣」されていたとしてもおかしくはない。現に、『FE』と対になるSRPGの主流を生んだ『タクティクスオウガ』も多くの作品に影響を及ぼしている。だが、一部の作品を除いては〝主流作品の影響〟が問題となったことはない。なぜか？　それは、作品それぞれに異なった〝ゲーム性〟があったからではないだろうか。『FE』がキャラクター同士の「個対個」であれば、キャラクターを指揮官とした「多対多」で表現する。また、グラフィックに特徴をもたせるなどで、ビジュアル的な〝違い〟を示しているなら、同じ2Dマップ画面から、戦闘シーンで画面を切り替える形を取っていたとしても、裁判に発展することはありえないだろう。

では、『FE』と『TS』はどうなのか。これはあまりにも〝似すぎている〟といわざるを得ない。マップ画面や戦闘画面を含めたグラフィック面は『FE』からの進化を容易に想像させ、なによりゲームシステムの根幹となるキャラクターの役割付けは『FE』とまったく同じといっても過言ではない（表1）。アーマーナイト系、戦士系はHPや守備力が高く部隊の〝壁〟となり、ペガサスナイト

ソフト批評担当が見た『TS』と『FE』

『ティアリングサーガ』（以下『TS』）は、内容的には『ファイアーエムブレム』（以下『FE』）の正統的な継承者と言っていい。まずパラメーターやその計算方法が両者ほぼ同じ。それによって特徴づけられるクラス、あるいは武器、スキルなども『TS』の方が種類が増えたものの、基本的に継承・発展である。支援効果や、2回攻撃など『FE』特有のシステムもちゃんと継承されている。根幹部分が同じなのだから、マップの構成、敵の配置などの方法論も同じ。当然戦術上のセオリーも変わらない。武器の持ち替え、飛行ユニットの使い方等々、『FE』で通用したテクニックはほぼそのまま使える。そしてプレイ感覚。味方が一人でも死んだら即リセットという『FE』では、わずかなミスが命取りになる一方、ランダム要素が少ないので、リセットを繰り返しながら、詰め将棋のように戦術を練り上げる。このようなプレイしたときの感触を『TS』は再現している。そう、法的な問題を度外視すれば、『TS』は極めて良質の『FE』シリーズの続編なのである。（TEXT：村井良介）

村井良介（むらい・りょうすけ）：現役大学院生。推理小説好きで、プロ野球マニア。今年に入ってようやくGCとGBA買いました。PS2とどっちを買うか迷ったんですが、『ピクミン』に押し切られてしまいました。

は地形効果を無効化するかわりに投射系武器に弱い、盗賊はHPや防御力が弱いかわりに素早さが高くカギもあけられる、などなど……。そのキャラクターごとの特徴が類似しているうえに、『FE』、

表1

FE 紋章の謎	FE 聖戦の系譜	ティアリングサーガ	ゲームでの役割
ロード	ジュニアロード	ナイトロード	主人公専用
ソシアルナイト	ソシアルナイト	ルークナイト	移動力が高く、槍・剣を使用
ペガサスナイト	ペガサスナイト	ペガサスナイト	移動の際、地形コスト無視。魔法防御が高い。投射系武器に弱い
アーマーナイト	ソードアーマー	アーマーナイト	守備力が高く移動力が低い。細剣に弱い
スナイパー	スナイパー	ボウマスター	武器が弓。投射系。
戦士	アクスファイター	斧戦士	HP及び力が高く、武器は斧を使用
盗賊	シーフ	盗賊	素早さが高い。力とHPの数値が低い。カギ開けができる
シスター	プリースト	シスター	杖の使用が可能。力、HP、守備力が共に低い
傭兵	ソードファイター	剣士	素早さ、技の数値が高い。使用武器は剣
ホースメン	アーチナイト	ホースメン	使用武器が弓であるナイト。移動力が高い
魔道士	マージ	魔道士	魔術書を使用。魔力が高く、守備力と力、HPが低い
ドラゴンナイト	ドラゴンナイト	ドラゴンナイト	移動の際、地形コスト無視。守備力が高い

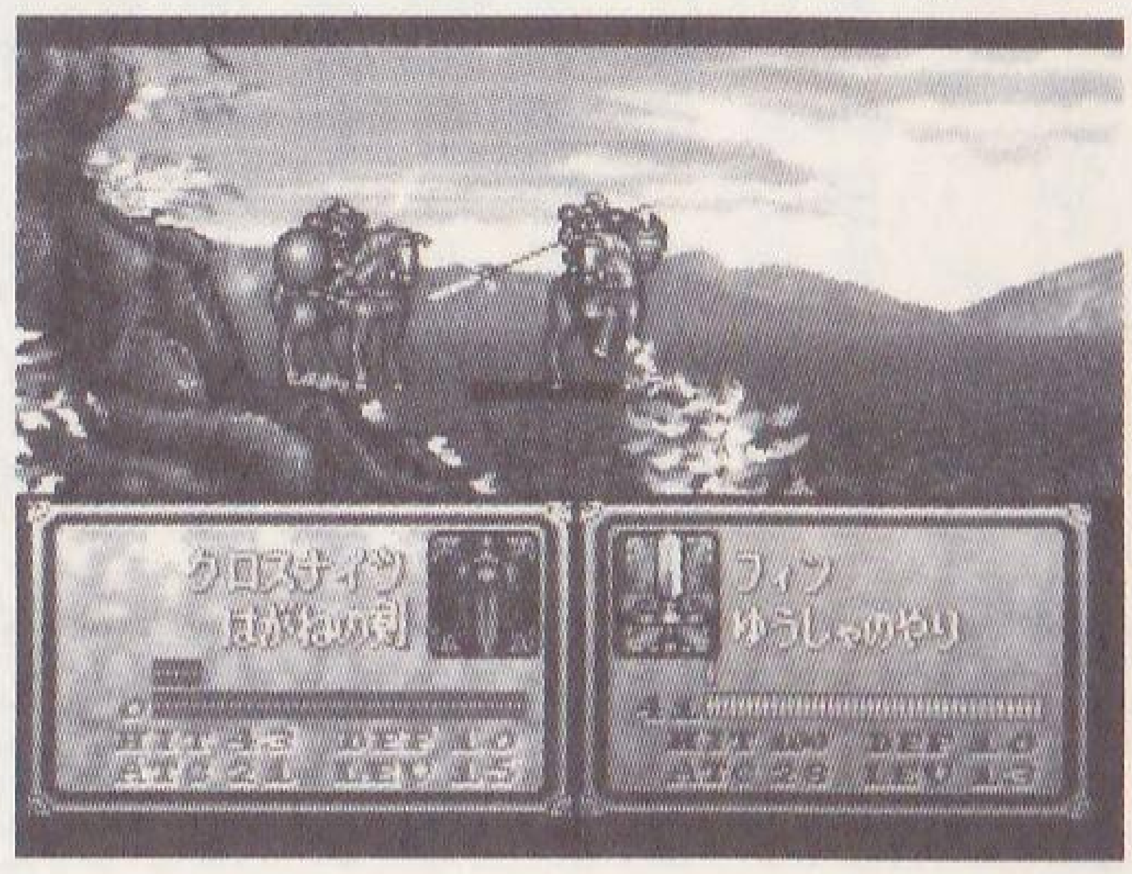
表2

	FE 紋章の謎	FE 聖戦の系譜	ティアリングサーガ
パラメータ	HP・力・技・速さ・幸運・武器・守備・魔法防御・移動力	HP・力・魔力・技・素早さ・運の良さ・守備力・魔法防御・移動力	HP・力・魔力・技・素早さ・運・防御力・武器レベル・移動力



マップの構成も似通っている『FE』と『TS』。攻略法などのゲームの進め方が、同じになってしまうのはそのためだ。

キャラクターのグラフィックの雰囲気も似ている。SFCとPSというハードの違いがあるとはいえ、『TS』が『FE』の進化版だという印象は強い。



『TS』でのキャラステータスもほぼ同じだ（表2）、これではおのずから、プレイヤーがゲームプレイ中で組み立てるロジックも同じとなる。しかも、『FE』の一番の特徴であった「一度死んだキャラは復活しない」という部分まで同じ。プレイヤーが『FE』をプレイしているのか、それとも『TS』をプレイしているのかの区別がつかなくなる「錯覚」が起きたとしてもおかしくはないだろう。現実として、多くの『FE』ファンが『TS』を『FE』の延長線上に『TS』を置いていることも事実である。

ストーリーだけが問題ではない

次にストーリー面だ。

「国を失った王子が、各地を転戦して自国を取り戻し、さらに大きな悪も倒す。という基本的な骨格は、『FE』シリーズと『TS』すべてに共通しています」

これは前出している村井氏の言葉だ。さらに、村井氏は

「ストーリーの骨格が同じだと、ゲームバランスからの制約もあってキャラクターも同じような設定になりがちです」

こうも続けている。つまりはストーリーの整合性や、矛盾点を消していった結果として、いきつく先が同じなのであろう。村井氏はペガサスナイトの例を上げている

「ペガサスナイトは飛行ユニットで、戦術上重要な位置をしめます。だけど、そうそう登場させるわけにはいかない。そんな特殊なユニットが同じ世界でアカの他人では整合性が悪い。だから血縁関係を使うのでしょう。」

さらに、戦闘パートでもストーリーが大きく関わってくる『FE』・『TS』では、シチュエーションが同じならマップ構成も似通ったものとなる。ストーリー展開や、〝世界〟が違うからといっても、その根幹が共通しているのならば、ストーリー面でも『TS』と『FE』との関連性は否定できない。

以上の事例からも、『TS』が『FE』にゲーム性を依存していることが判る。それは誰もが理解していることである。真の問題は、なぜ『TS』が『FE』のままで世に出てきたことではないだろうか。それも、ゲーム業界を熟知するエンターブレインからの発売という事実が問題の根を深くしている。

（編集部）

ゲーム批評にひとこと

次号予告の「ホモゲーを楽しむ云々……」を見たとき、とうとう自分の頭がおかしくなったのかと思った……（兵庫県　ポンポンポン）

「ファミ通」の影響力を検証

ファミ通体制と任天堂とのパワーバランス

ゲーム業界におけるファミ通の位置 そして、任天堂がみるファミ通とは？

システムとしてのファミ通体制

「ファミ通」の持つゲーム業界内での影響力の強さを疑う人はいないだろう。同誌は、ユーザー、小売店、メーカーを巻き込んだ情報コントロールの仕組みを唯一持っているゲーム誌だ。

メーカーでは、「ファミ通シフト」と呼ばれる、他誌よりも1週間早く新作ゲーム情報の提供を行うことが慣習化している。3ヶ月前に、「速報」として「ファミ通」に記事掲載が行われ、それより遅れて他のゲーム誌へと情報掲載が開始される。それを行わなかった場合、〝特集を組むメリットがない〟とファミ通編集部に判断され、扱いが小さくなるリスクがある。「速報」への掲載は、ユーザーへの情報伝達と同時に、発注を行う小売店への情報伝達の手段でもあるため、外すことができないのだ。

「ファミ通」はTUTAYAや、ゲーム専門店、イトーヨーカードーといったOMSを加えた約3000店舗に、セブンイレブンなどのコンビニ2万店舗と、「ファミ通協力販売店」という形で提携し、販売実績をランキングデータとして集計している。全国には、ゲームショップが約1万店あるといわれているが、その30%以上を押さえているという計算になる。他のメディアワークス（2000店舗＋コンビニ）、オリコン（1000店舗）、メディアクリエイト（非公開）に比べ圧倒している形だ。そのため、「ファミ通」のランキングデータは、最も実際のマーケットの数字に近いと言われている。

「ファミ通協力販売店」には、店舗の入り口に貼れる「ファミ通」のロゴマーク入りシールが配布され、ユーザーが店舗に安心感を持てる〝ブランド〟にしている。そして、それらの店舗には「ファミ通」が無償もしくは、安価で配布されている。当然、店舗の担当者は、発注の資料として「ファミ通」を必ず読むことになる。

そして、ユーザーと小売店への大きな影響力を持っているのが「クロスレビュー」（以下「クロレビ」）だ。4人のライターによる40点満点の採点だが、30点以上の「殿堂入り」ができるかどうかが、ソフトの売り上げに大きな影響を与えると考えられている。「クロレビ」の結果は、掲載誌の発売2週間前後に、メーカーに内示。「殿堂入り」している場合には、「ファミ通」から「殿堂入り」シールがメーカーに配布され、タイトルパッケージに貼ることができる。小売店でユーザーがそれを見たときに、ゲームの質を「ファミ通」が保証しているという安心感から、購買に結びつくというわけだ。メーカーにとっては、「ファミ通」誌上と小売店両方で、ユーザーの認知度を引き上げる効果がある。

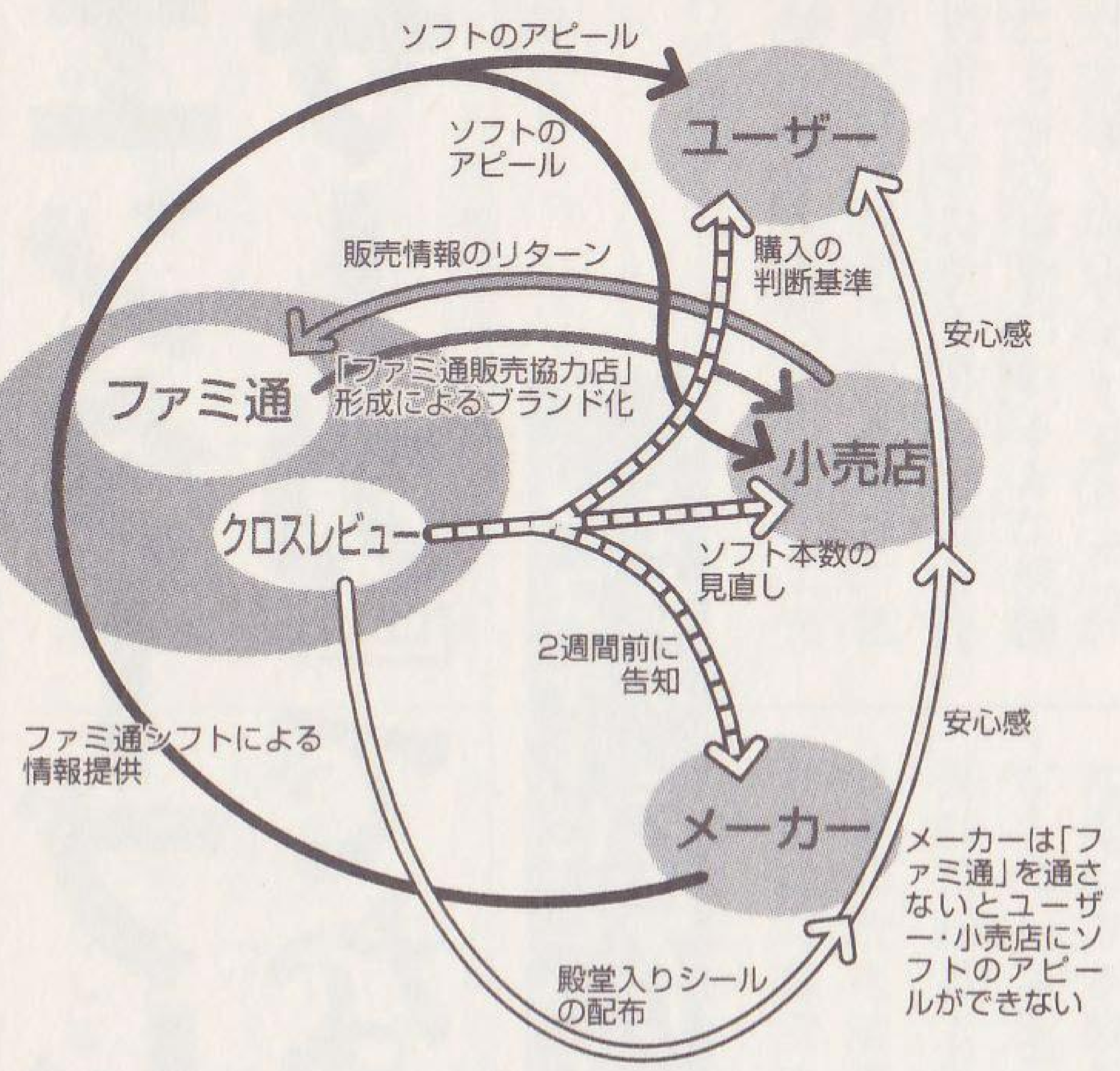
この「クロレビ」の点数は、1点100万円といった、〝メーカーの広告出稿との交換条件〟といっ

た噂が絶えない。一方、複数の関係者が、「不正操作は絶対に行っていない」と述べており事実は不明だ。しかし、メーカー広報に、「ファミ通」の心象を良くするために新作情報を出すという強いプレッシャーがかかることは確かだ。

マイクロソフトは、'01年8月に「Xboxカンファレンス2001サマー」を小売店向けに行った際に、最後に「ファミ通」浜村弘一編集長を登場させ、「Xboxに期待が充分できる」という発言をさせた。Xboxをバックアップすることを小売店にアピールした形だ。ゲーム機ハードへの「ファミ通」の影響力の拡大を予感させる一つの事件だったともいえる。

「ファミ通」が「業界誌」と呼ばれる理由もそこだ。エンターブレイン（以下、eb）は「ファミ通体制」ともいうべき状態を築いた。この情報管理が「日本ゲームマスコミの健全な発展を歪めてきた」と指摘する外国人記者もいる。

ファミ通体制



ファミ通に〝借り〟のない任天堂

ところが、これらの体制をほとんど無視できるメーカーがある。『ティアリングサーガ』裁判の相手、任天堂である。

「ファミ通」の購買読者層の中心は、ヤングアダルト層と呼ばれる中学生から20代前半といわれている。この層は、小学生に圧倒的な強さを持つ、任天堂と重なっていない。そのため、任天堂は「ファミ通」を優先させていない。

任天堂が、最も連携をとっているのは「月刊コロコロコミック」を持つ小学館だ。販売部数は200万部と「ファミ通」の10倍以上。全国800万人の小学生男子の半数が購入するという圧倒的な影響力を持つ。「ポケモン」をブレイクに導いた実力は言うまでもない。

ミリオンタイトル『大乱闘スマッシュブラザーズDX』は、公式大会を1～3月にかけて、任天堂とコロコロコミックが協賛協力し、地方のTV局が主催する形で全国展開された。その結果、小学生の認知はほぼ100%になったという。しかし、この情報は「ファミ通」には、まったく掲載されていない。

また「ファミ通協力販売店」に、おもちゃ市場で影響力を持つ強力な1社が抜けている。10数%のシェアを持つ日本トイザらスである。任天堂はGC発売後、提携関係を深めトイザらス全店を特約店に指定し専門コーナーを作った。'01年年末商戦で、その結果は現れトイザらスの売り上げを16%も引き上げている主要因となった。「その情報を反映していないファミ通ランキング情報よりも、GC用ソフトの実売数は多いのではないか」と、語る小売店関係者もいるほどだ。

任天堂と小学館の結びつきの強さは、攻略本の発売状況からも判る。任天堂のゲームは、小学館、eb、毎日コミュニケーションの3社から発売されるのが普通だ。だが、'97年以後「任天堂公式ガイドブック」と銘打たれているのは小学館のものだけ。そして、公式サイトでは必ずトップに掲載され、タイトルの発売時期とほぼ同じくして発売している。それ以外の出版社は、若干の遅れが出る形をとっての発売。特に最近ebの攻略本は、2ヶ月も遅れて発売しているものが複数出ている。裁判の影響が出ていると見ていい事象である。

「ファミ通体制」は、強力なシステムではあるが、一方で微妙なバランスの上に立っている。任天堂は、『TS』裁判で失うものは何もない強い立場にいるといえる。

ゲーム批評にひとこと　3D美少女大集合の中にフェイエン・ザ・ナイトがいたのにはビックリした。（群馬県　田中慎吾）

エンターブレインは、『ティアリングサーガ』でなぜ確信犯となったのか

アスキーにとって絶対に必要だったヒット作。それが『ティアリングサーガ』を生み出した。

なぜ、エンターブレインは、『ティアリングサーガ』(以下TS)問題を01年7月に任天堂に訴訟を引き起こさせる事態になるまで発展させてしまったのか。途中から、そのリスクははっきりしていた。

『ファイアーエムブレム』(以下『FE』)シリーズは、加賀昭三氏が任天堂の関連会社インテリジェントシステム(以下IS)に在籍中に、企画・ディレクションをしたタイトルだ。独特のシミュレーションRPGとしてのおもしろさからコアなファンが多い。任天堂から発売されたシリーズ累計本数は200万本。加賀氏は'87年から開発を開始し、'90年以後発売された5タイトルすべてに関わっている。

加賀氏は、'90年夏にインテリジェントシステムを退社し、新会社ティルナノーグを設立。後に、最終的に'01年5月24日に発売される『TS』となる『エムブレムサーガ(ES)』の開発を開始する。

関係筋によると、加賀氏は、IS代表取締役北西亮一氏との関係もよく、退社の原因は社内対立ではなかったという。『FE』シリーズについては、任天堂からの縛りはなく、自由な雰囲気で開発できていたはずと複数の関係者が語る。

それならば、なぜ加賀氏は他社へと移ることを決めたのだろうか。一つには、PSで開発をしてみたかったという希望があったのではないかとの見方がある。64DD用に『FE』最新作の開発が続いていたが、容量も少なく、RPGを開発するには性能的な制約があった。そのため、CD-ROMでの開発に魅力を感じていたのだろうと推測する関係者もある。

「ファミ通」編集長浜村弘一氏が、『FE』の大ファンであることはよく知られている。「クロスレビュー」で、自分の持ち点10点をつけなかったことを後悔していると語るエピソードは有名だ。ティルナノーグの設立の経緯については、明かにされていないが、加賀氏の受け入れを浜村氏が支援したであろうという推測は難しくない。

FEとの関係性が意図的に強調される

問題は、エンターブレインの意図的ともいえる『FE』との関係を強調する告知から始まった。

「ファミ通」('00年1月21日号)に、実質的なユーザーへの告知となる加賀氏のインタビュー2ページが「緊急速報」として掲載された。「この新作は『FE』の世界観を継承したオリジナル作品。ハードの性能をフルに活かした新システムを盛り込むことで、ゲーム性は格段にパワーアップしているのだ!」と『FE』との関係を記事の冒頭で強調している。

加賀氏もインタビューの中で、「過去に私は3つの大陸における物語を5本作ってきました。『ES』は4つめの大陸・〝フォーセリア〟が舞台となる作品で、根幹となる世界観は同じです」、「今作品は第1作目『暗黒竜と光の剣』と

同年代の物語」と関係性を認めている。

また、1月13日、エンターブレインが提供のテレビ東京系で放送中の「GameWave」内で、「あのファイアーエムブレムの世界観を継承した、オリジナル作品の登場。今後も続報におおいに期待しよう」という告知を行った。

以後、ユーザー間では、『FE』の継承作品であることが認知される。『FE』ファンのホームページでは、まったく区別されていないことからも、はっきりしている。

任天堂は、同月から、再三にわたって、『FE』に酷似しているため、著作権侵害に当たるとしてエンターブレイン、ティアナローグに対して警告を行ったという（朝日新聞'01年7月25日）。

しかし、エンターブレインは開発を継続した。当時、ヒットするタイトルを無理矢理にでも発売する必要があったからだ。属するアスキーグループが財務的に危機状態だったからである。アスキーは、'00年9月中間期に、ゲームソフト制作の中止に伴う44億円の特別損失を計上し、'01年度3月期は39億円の赤字となるという業績の下方修正を発表している。その時点で、アスキーグループは3期連続の赤字となることが確定した。当初、『ES』として、'01年3月29日という決算期末に発売を狙っていたのは、その赤字幅の縮小が目的だったと見ていい。

しかし、'01年2月5日に、発売日が5月24日に延期され、決算には間に合わないことが確定した。そのかわり、2月16日から、ゲームソフト販売店で特典ディスクがもらえるという大規模な「予約キャンペーン」が開始された。アスキーグループの売上げがすぐに改善される可能性は低く、実績を出す必要に迫られている状況には変わりがなかったからだ。

「ファミ通」の記事でも大きな扱いが行われ、クロスレビューは32点、ゴールド殿堂となっている。

そして、キャンペーン終了の17日前の4月2日になって、突然、名前が『ティアリングサーガ』へと変更される。正確な事実関係ははっきりしないが、任天堂が再度強い警告を行い、それを避ける目的だったと言われている。名前を変えることで、表面上、『FE』とのつながりを切ることで任天堂を納得させようとしたのだろう。

結果的に、'01年7月に任天堂、ISは、エンターブレイン、ティルナノーグ、加賀氏を不正競争防止法及び著作権法違反で東京地方裁判所に提訴する。

『TS』がアスキーの赤字を圧縮

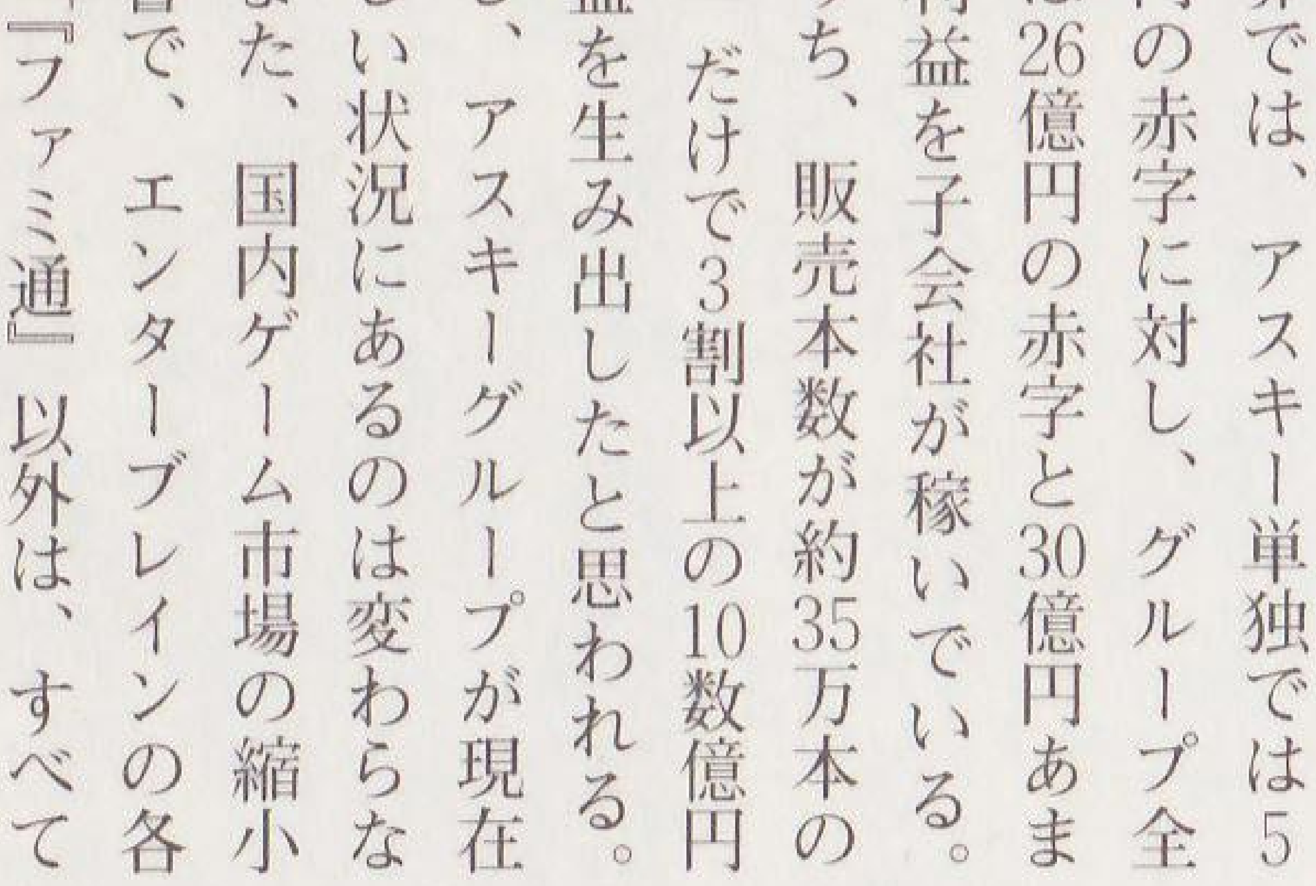
しかし、実績を出すという結果では、『TS』のアスキーグループへの貢献は大きい。'01年9月中間決算では、アスキー単独では56億円の赤字に対し、グループ全体では26億円の赤字と30億円あまりの利益を子会社が稼いでいる。そのうち、販売本数が約35万本の『TS』だけで3割以上の10数億円の利益を生み出したと思われる。

しかし、アスキーグループが現在も苦しい状況にあるのは変わらない。また、国内ゲーム市場の縮小の影響で、エンターブレインの各誌は「『ファミ通』以外は、すべて赤字」と語る関係者もいる。

裁判はまだ結審せず、結果がいつ出るのかはっきりしていない。水面下で交渉が行われ、結審させるつもりがないという見方もある。

しかし、問題はエンターブレインが『FE』ブランドにただ乗りすると確信的に知りながら、発売にまで踏み込んだことだ。初期の企画段階で、何か手段があったのではと思わされる。クリエイターの「作家性」を守るという意味では、悪い前例を作ったといえる。

なぜ、こういった選択を行ったのか。ゲーム業界の責任者でもある浜村弘一氏に問うてみたい。



新清士（しんきよし）：P68-71までを担当。ノンフィクションライター。スパイク・アクワイアの開発現場を約1年間、徹底取材したルポルタージュ「『侍』はこうして作られた（仮）」（新紀元社刊）を4月に発売予定。http://www.jgdconf.com/sakugetu/

ゲーム批評にひとこと　台所事情きびしいんですか？（京都府　佐和剛史）

2000年1月21日から始まった〝違和感〟と一点に集中していく疑問点

ゲーム業界にとっての『ティアリングサーガ』とはなんだったのか。その意味が見つからないことが問題である

センセーショナルさと見とおしの甘さ

２００１年１月21日発売のファミ通から〝問題〟は始まっていた。それも、かなりセンセーショナルな形で、である。コンテンツには扇情的な言葉が並ぶ。「あのシリーズ最新作『エムブレムサーガ』（以下『ＥＳ』）の画面を独占初公開!!」。この言葉の意味するところは重い。明らかに『ファイアーエムブレム』（以下『ＦＥ』）の続編を匂わせ、なおかつ、このコンテンツの本文中では加賀氏によって何度も、『ＦＥ』との関連性が取り上げられている。

この展開の意図はどこにあるのだろうか。任天堂が黙認するとでも思っていたのだろうか。『ＥＳ』はその後も任天堂の警告からかタイトルを『ティアリングサーガ』と名を変えたが、広告は大々的に展開された。全国の予約キャンペーンや「電撃 Play Station D」には体験版が収録され、その体験版では、タイトルは『ＥＳ』のまま。プレイ感覚もまさに『ＦＥ』のそれであった。

任天堂から警告を受けたとしてもタイトルの変更や微調整を行うことでことを収めようとしたのだろう。ｅｂはそういった〝甘い考え〟のまま『ＴＳ』の発売にいたったのではないか。まさか任天堂が本気になることはないだろうと……。

本気になった任天堂

任天堂の提訴によって、争いの場は裁判書へと移る。現在、４度の公判が行われているが、ほとんど進展はない。だが、第三回公判では信じられない書面がｅｂ側から飛び出している。

「中心となった開発者が同一人物であるのならば作風が似るのは当然」として、『タクティクスオウガ』と『ＦＦタクティクス』（以下『ＦＦＴ』）を挙げているのである。これは、裁判での論争展開としては当然かもしれないが、「ゲームを愛する」あるいはファミ通という媒体を使って「ゲーム業界を盛り上げているはずの」ｅｂから聞きたくない言葉だ。『タクティクスオウガ』と『ＦＦＴ』の問題の大きさは、ゲームファンならば理解している。しかし、その問題点を無視して、「開発者が同じなら作風は似る」と言ってしまうのは詭弁にしか聞こえない。もっと言ってしまうのならば〝保身の弁〟にしか聞こえないのだ。しかも、その詭弁を論じているのがファミ通のｅｂなのである。〝問題〟を提起しなければいけないゲームマスコミなのである。

前衛なのか保身なのか

今回の件を好意的に解釈するの

であれば、任天堂という大手メーカーのデベロッパーとして制約を受けていた加賀氏を〝救った〟という見かたもできる。横槍が入って思い通りにゲームが作れない。ならば、ebが協力して業界構造を変えていく……だが、このシナリオは好意的解釈が過ぎる。もし、このような大儀を持っていたとすれば、ファミ通で「そのように」誌面展開すべきである。そしてなにより、あそこまで『FE』的なゲームを制作する必要はなかったはずである。

『ES』が発表されて以降、ファミ通の誌面でセンセーショナルな記事は見ていない。それどころか、〝保身〟的な部分ばかりが目につくのだ。

たとえば、クロスレビューである。『TS』のクロスレビューで4人の〝批評家〟たちの2人が次のように述べている。

〝シミュレーションRPGの王道〟

『TS』を表す言葉としては適当であろう。しかし、この言葉を『FE』似とも表現できたはずだ。現に、ファミ通2002年2月15日号では、『HOSHIGAMI（星神）』のクロスレビューでは、3人の批評家が『タクティクスオウガ』という固有名詞を出し。そのうちの2人にいたっては「『タクティクスオウガ』似」とまで言及している。『TS』をレビューした批評家たちは本当に『FE』の影を感じなかったのだろうか？

つきまとう〝なぜ〟

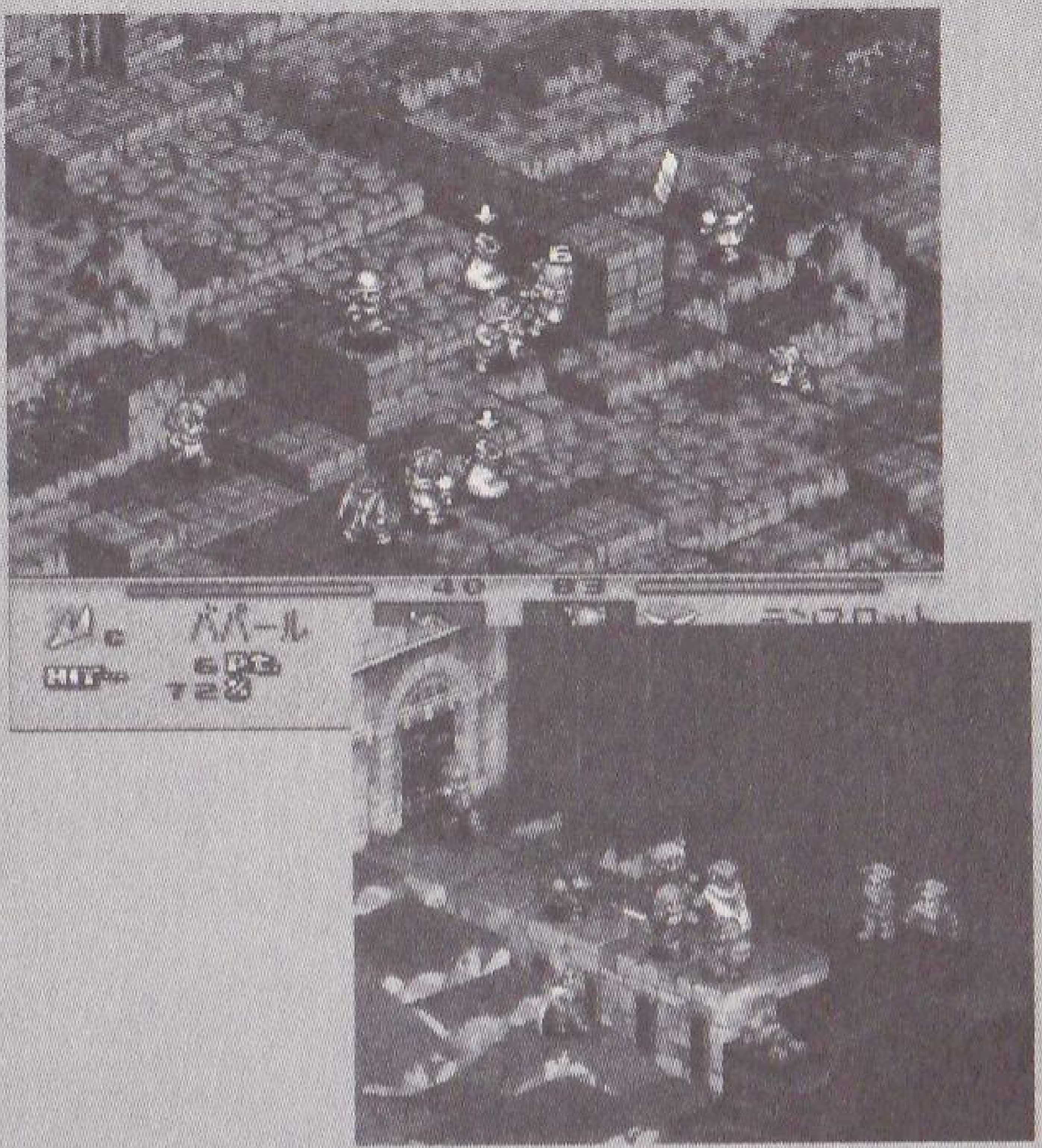
〝なぜ？〟。検証すれば検証するほどにこの言葉にたどり着く。裁判が係争中であるために、任天堂、ebともにほとんどコメントを出さない。現在、我々の手元にある資料からは〝なぜ〟しか出てこないのだ。それも〝なぜ〟のすべてはebへと向かっている。

最新の第五回公判は、4月9日に開廷される。そこで、新たな事実が明かされるのか？　そこで、最大の謎である「エンターブレインは『TS』を持ってゲーム業界に何をもたらしたかったのか？」が判明することを願いたい。

（編集部）

『タクティクスオウガ』と『FFT』

元クエストで『タクティクスオウガ』を制作していた松野泰己氏が、スクウェアのスタッフとなって『FFT』を制作。そのゲームシステムが類似していたため、ユーザー間で賛否両論の話題を呼んだ。だが、会社間での提訴、裁判にまでは及んでいない。



『ティアリングサーガ』の体験版

『TS』の体験版は、何度が媒体を替えて配布されている。タイトルは『エムブレムサーガ』のまま、主人公の髪の色も青のままである。タイトル変更などが、制作者側の意図に沿っていなかったことを表しているのではないか。



大好評連載

悪趣味ゲーム紀行

第四十五便

『高2→将軍』（PS）

がっぷ獅子丸

3DOの時の予約数を更に下回る期待感で漸く日本デビューとなりましたが、発売日初日にして**GCの時よりちょっと悪い位**と言っていたのが早くも『ウチんトコのハードは**オンラインの時がホントのデビューなんだモ〜ン**』と宣言するXbox陣営に春の雪解けは訪れるのでしょうかしらと余計な心配をしてしまう今日この頃。この現状に対して関係者の思惑が果たして予想の範疇だったかどうか知れませんけど、バラエティの時間帯でCMが流れてたりお店で立て看板が置いてある様なメジャータイトルを除き、その他大勢のゲームソフトは販売本数のリアリティというものが最早1ケタも2ケタも違っちゃって、今や10万本売るのがモノ凄い事になってます。例えば発売前のゲームや企画書を見て「コレ10万本売れると思う？」と聞かれた時、その本数がお店に並んでいる様を想像できますでしょうか？　全国のゲームの販売店がざっくり10，000店として平均10本。大手量販店は大体地方小売店の10倍は仕入れますので、近所のオモチャ屋さんで10個、ヨドバシあたりで50個入りのダンボール箱2箱レジの後ろに置いてあるような風景という事になります。なんとなくスケジュールが伸びたり青天井の予算管理で目標本数が異常に膨れ上がったタイトルのご担当者様は目の前のゲームの発売日には、そんな光景をイメージできるか是非一度お考え戴きたいと獅子丸思いますよ。もう春だしね。

そんなこんなで今回紹介いたしますのは学園シミュレーションと戦国デジタルノベルの異種交配PSソフト『**高2→将軍**』です。既にどちらも黄昏捲ったジャンルで両方ピンとくる人は果たして如何なものかと思いますがギャルゲー好きの時代小説好きというには結構堪らないカモ知れませんよね多分きっと。ゲームを開始致しますと、先ずは勉強に恋愛に精を出す学園シミュレーションモードがスタート。時は2001年4月5日の高校1年生で新生活への不安はあるがソレ以上に何か楽しいことが起こりそうな予感がしていると、極めて事務的に説明する男一也君から「ところで**時間割**はもう決めたのか？」。ここで授業選択画面になり、所々の教科が自分で選択可能になります。**良く判らないので全部体育**にすると更に1学期の方針を勉強に振るか遊び捲るか5段階の選択肢がでて、差当たりバランスを考えてレッツゴー！　ここから**砂を噛むような**ギャルゲーが展開するのでした。早速次の日から幼馴染の美穂ちゃんから「獅子丸くん、おはよ！　高校になっても同じクラスね。よろしくね」以上！　って感じでその後流れるように園芸部の双葉ちゃん、合気道同好会のともえちゃん、公園生活者の

がっぷ獅子丸（がっぷししまる）
'68年生まれ。アーケード及びコンシューマの企画兼プロデューサー。手がけた作品に某業務用実写流血和風格闘ゲームがある。バカ雑誌のライターを兼業し、仕事との葛藤に悩むシックでメロウな34歳。



タイムスリップするまでは主人公も普通の高校生。でもあまりカワイイ子がいない高校の高校生。

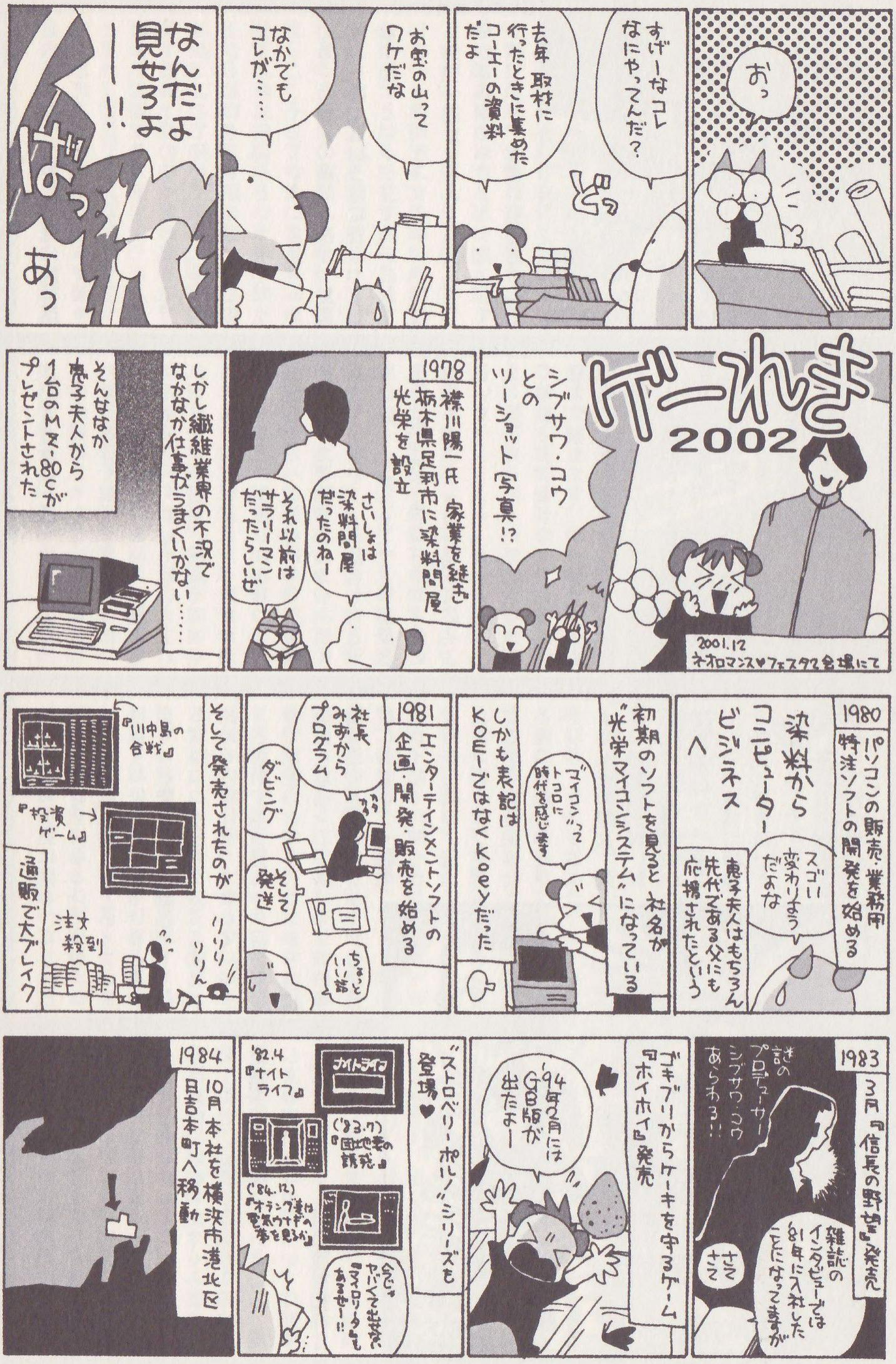
真央ちゃんナド等に、**死に角部活に誘われるだけ**のイベントが淡々と流れ、体育祭も一瞬で終わると、いよいよ期末テストです。ここでは1教科1問のクイズとなるのですが、ここで初めて学業スキルが上がるには全て冒頭の方針とこのクイズの成績のみという事を知りました。そしていよいよ夏休みかと思ったら次の瞬間『**長かった夏休みもあっという間に終わってしまった**』という一文で済まされてしまい2学期がスタート。今学期は勉強一筋に生きると決めると、確かに学業のパラメータは上昇するのですが、今度は**美穂ちゃんしか出てこないという**弊害が生じ、その癖美穂ちゃんとはちーともしっぽりと行く気配も見せず、あっという間に12月。画面真っ黒な冬休みを終え何の潤いも無いままバレンタインを過ぎ、結局そのママ2年生に突入しました。何だか双葉ちゃんといい感じになりつつ**6分足らず**で一学期も終わり、乗馬部に入った美穂ちゃんから「馬に乗ってみない？」と誘われ何とか馬に乗って歩けるようになると「次は走ってみましょうか。馬のお腹を思いっきりけるのよ」「よしいくぞーーー！」「きゃーーーっ!! 獅子丸くん！」ココからが漸く本編で、突如サウンドノベル形態に変貌します。キャラクターも泥臭いながらもギャルゲーの体裁を保っていたのですが、それ迄のゲームは無かったかの様に全てのキャラは半透明になってしまいました。目覚めると辺りは深い森で、血まみれの男を助けると自分は戦国時代にタイムスリップしていることを知りました。やがて織田信長と出会い、本能寺の変にも立会って戦国の歴史に関わってしまうという筋書きになるンですが、ココで『**時空の旅人**』というアニメ映画を思い浮かぶ人もいると思いますけど**まあソンナ感じ**です。但し実はココからがゲームの90％を占める内容になってまして、キチンと説明すると更に4P程必要なので割愛しますが、ココから**急に面白くなる**ンですよ。今までの学園生活のパラメータがシナリオ分岐に影響し、一回のプレイは3時間もかかりませんが、膨大なエンディングや何度もゲームを遊ばせる趣向を凝らしたシナリオ、システムにより『花の慶次』程度の知識しか無い獅子丸でも充分面白いゲームになってます。いや序盤の印象の悪さが勿体無いと心底思いますマジで。洋ゲーでも見た目とっつきが悪くとも20分も過ぎれば結構ハマっちゃうゲームもありますし、メジャータイトルの中にも一回目のインパクトだけで後は淡々としたゲームも少なく無い中、このゲームも噛めば結構いい味の出てくるタイプですので、心有るユーザーの方は是非再評価を願いたいところ。但しあの同梱トレカについては獅子丸と致しましても**身の程を知れ**と言いたくなりますけど。



画：南敏久

高2→将軍
(SLG・AVG)
メーカー：アスク／機種：PS／価格：4,800円／発売日：2000年10月26日

ナイトライフに団地妻……いいセンスしてます



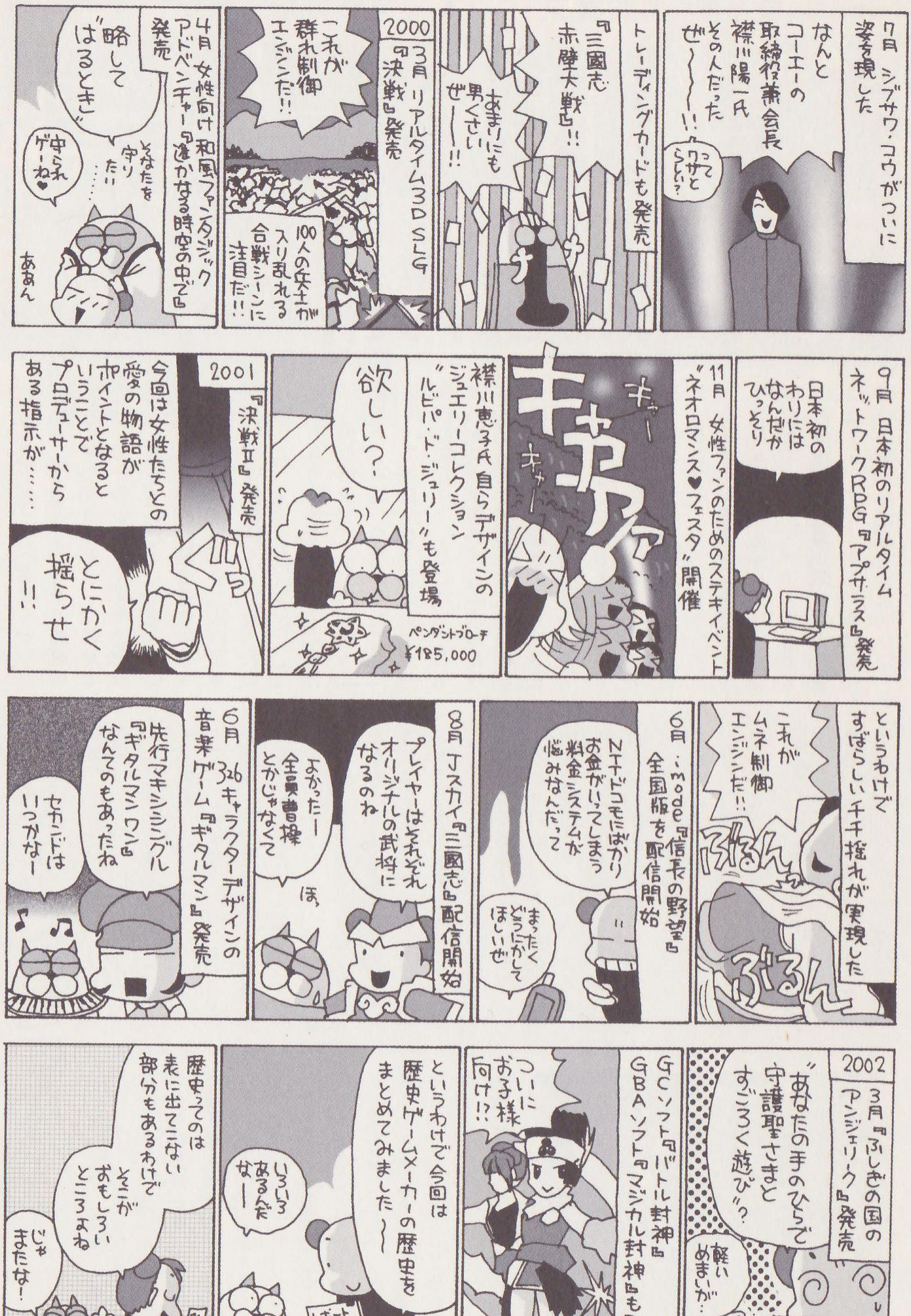


オルドは今の言葉でいえば"萌え"でしょうか……

実は、アンジェリークがらみのCDはメッチャ出てますよ



微妙に人間の欲をついたタイトルが多いっスね



はやのん：2002年は流浪の漫画家を目指すはやのん情報はこちらでどうぞ（http://www.super-zau.net/hayanon/）。

今どき"黒船襲来！"なんて言うのだろうか?!

複眼視点

Xboxが発売された！（早くも"傷問題"が!?）　Produced by 武田丸男

"ブロードバンド対応"、"ハードディスク"を標準機能として搭載という、まさに"21世紀マシン"のように囃されながらの登場ではあるが、ゲーム機としての市場性はどうなのだろう？

第14回　Xboxがやって来た、けれど…!?

マイクロソフトの会長、というよりも、WindowsでPC市場の征服を果たすとともに、大富豪としても超有名なビル・ゲイツ会長を、「一年間で3度来日」させてしまった、という話題も振り撒きながら（3度の来日での、国内通算滞在時間は何時間ぐらいだったのだろう?）、Xboxが発売された。

マスコミの多くは「ゲーム業界に"黒船襲来"！」とか、「新"次世代ゲーム機"の登場！」などと、毎度のことながら、面白がって無責任に囃し立ててはいたが、日米欧ともに、世界のゲーム市場は昨年来、PS2が爆発的な進撃をつづけている。DCが撤退してしまった現在では、国内においても、ゲーム機としてはもとより、DVD再生機としてライトユーザーの取り込みにも、着々と成果を上げているようだ。

大富豪の会長は「Xboxにとって、日本は最も重要な市場」と発言をしていたが、ゲーム機としての可能性、新登場に際しての問題点などを、プレイヤー、業界関係者の立場から検証をする。

ユーザー代表

【Xboxへの疑問点。】

（アキラ　18才　高校生）

2月22日、Xboxがいよいよ発売された。

でも、僕にとっての「Xboxの新発売」という"イベント"は、新聞やテレビなどで報道されていたように"満を持して～"とか"黒船襲来"などといったような大袈裟なものではなく、2年前に発売された"PS2"、昨年9月に発売された"GC"に引きつづいて"新しいゲーム機"が登場した、という程度のことでしかないのだ。

というのも、Xboxが新しい可能性を秘めたゲーム機であることには間違いはないのだろうが、正直な感想を述べさせていただければ、僕には"判らないことだらけ"なのだ。

その"判らないこと"をあげさせていただくと……。

★タイトル・ラインナップ

2月22日のハードの新発売と同時に『デッドオアアライブ3』（以下『DOA3』）をはじめとした12タイトルが発売され、3月末までにさらに10タイトル。合計22タイトルがハードの新発売から一ヶ月余りの間に揃うという。

そのことを新聞やテレビなどの【"ゲームのことをまったく理解しようとしない"のに"ゲーム産業"をもっともらしく語ろうとする】マスコミは、"PS2の新発売時よりも多い"とか"ラインナップを揃えてきた"などと評価してい



Xbox最大のキラータイトル『DOA3』。その実力の真偽とは……



たけれど、果たして本当にその通りなのだろうか？

ずっと思っていたことがある。それを敢えて言わせてもらいたいと思う。

『DOA3』って、それほどにすごいゲームでしたか？

対戦格闘ゲームというジャンルとしてだけでなく、ゲーム史の中に一時代を築いた『ストⅡ』をはじめ、『VF』、『鉄拳』などの〝横綱級〟対戦格闘ゲームにつづくタイトルにも『餓狼伝説』などのSNKの作品シリーズがある。

『DOA3』は〝対戦格闘〟のジャンルで、それらを凌ぐゲームでした？

もっといえば、純粋な〝対戦格闘〟というより……、と考えているのは、僕ひとりではないと思う。

ソフトを制作する会社にとって、ハードの選択（＝どの機種でどのゲームを発売する？）というのは、大変重要なテーマであることは想像に難くない。

とくにハードが新発売されるタイミングに合わせてソフトを発売することができれば、より多くの販売数が見込めることだろうし、今回の『DOA3』のようにタイトル知名度も上がることだろう。

しかし、そのことがゲームそのものの評価をも歪めてしまうのでは？　とも思う。

Xbox版の『DOA3』をやり込んだわけではないが、〝Xboxの代表的ゲーム〟が『DOA3』なのだろうか……？

その他のラインナップの〝充実度〟については言うまでもないことかと思う。

そして4月以降発売が予定されているラインナップを見ても……。

★ネットワーク

Xboxが、PS2に対して決定的な優越性を持っているのが（HDDも含めた）〝ネットワーク機能〟であることは疑いようがない。ブロードバンドは世の中の流れでもあるし、それを使ってのネットワーク・サービスは大いに期待されている。

しかし、現時点ではXboxの通信サービスの内容となるとほとんど見当がつかない。一般的に言われているような〝パッケージ・ソフトを使っての通信ゲーム〟であれば、DCの頃と代わり映えがしない。というよりも、DCには『ファンタシースターオンライン』をはじめ、優れた通信対応ゲームが（短期間ではあったが）数多くある。

雑誌などで公表されている関係者の話しによると、「数ヶ月以内にネットワークのサービス内容を発表する〜」、「全世界で同時に遊べる〜」というようなコメント／構想がXboxのネットワークにあるようだが、それでPC環境との差別化が期待出来るのだろうか？

PS2が『FF』の最新作でネットワークゲームをスタートさせる日が迫っているというのに……。

★その他

その他にも〝？〟と思ったことがあったけれど、その中でも特に〝!?〟と感じたこととして【〝国内限定モデル〟に同梱されていた〝コンポーネットケーブル〟（なぜ〝DVD再生キットではなく？〟）】、【渋谷地区でのイベント（当初の〝ゲームコア層〟は置き去り？）】などがある。

細かなことにまで触れてしまったが「世界でも最も関心度の高い日本のゲーム・ファンを大事にしたい」ということをビル・ゲイツ氏も発言されていた。そんな僕たちの期待を裏切らないためにも、Xboxには頑張ってもらいたいのだ！　限定モデルも買ったし!?

業界代表

【Xboxへの疑問と注文】

（タケリン　43歳　業界歴13年）

2月22日、多くのゲーム関係者の期待と不安のうちにXboxがいよいよ発売された。

当初の出荷予定台数は不明であったが、発売に合わせて来日した世界一の大富豪によって、その数量が【25万台】であったことが明らかにされた。

それが多いのか少ないのかといった議論は別の機会にするとして……。

高精細度画像／5.1チャンネル対応などの高度な表現力に加えてHDD内蔵、ブロードバンド対応機能標準搭載という、【20世紀最後のゲーム機＝PS2】では果たしえなかった高機能を満載したXboxは、まさに【21世紀のゲーム機】といった面持ちである。

渋谷の街を中心に展開したプロモーションも、かの大富豪やスターの登場によって話題性もバッチリ！　当日の新聞、テレビにもキッチリと報道され、上々のスタートには違いないとは思えるのだが、当初からXboxは【18歳〜35歳／コア・ファン層】向けにアプローチを掛けるはずだったのでは？

現在の【渋谷】は〝流行発信基地〟＝〝ライト層のメッカ（？）〟で、〝コア層〟には最も縁遠い地域なのではないだろうか？

マイクロソフト社には〝Xboxプロジェクト〟のために、様々なゲーム関連企業から多くの人材／経験者が集結していると聞く。確かに〝コア層のメッカ〟である秋葉原にも大きな広告幕がビルの壁面に掲示されている。加えて発売前イベントなども開催されたようであったが、大富豪は立ち寄ることもなく、メディアの取材も渋谷に集中しているようであった。

発売日当日のカウントダウン・イベントに限らず、Xboxのプロモーションにチグハグさ感じるのは私だけではないと思う。

同社のプロモーション施策の中でも目立ったものといえば、先に触れた渋谷地域のイベントや本体同時発売が予定されていた有力ソフトのテレビコマーシャルなどであったが、コア層が最も関心を持つ紙媒体＝雑誌＝専門誌の展開はどうしたのだろう？

PS系のゲーム専門誌は現在4誌、単純比較はできないが、任天堂系専門誌は5誌が発行されている。電波系の大手広告代理店の調査データでない限り、多くのゲームプレイヤーが新作ソフトを中心としたテレビゲーム関連情報を入手する最も太い経路は〝雑誌（専門誌）〟であることは明白だ。

'94年に〝すべてのゲームはここに集まる〟を標榜し、頑なにゲーム専用機であることを唱えながら、それでいて確実にライト層への浸透を成し遂げたPS陣営と比して、ターゲット層へのアプローチにブレがあるように思えるのだが……。

また、新ハード＝プラットフォームを新しく立ち上げることには、相当な、様々な困難が生じるであろうことは想像に難くない。

PS2の場合は、PSのソフトとの互換性を持っていることから、その〝新登場時〟は新たなプラットフォームのスタートとは違ったテーマになることから単純な比較は出来ないが、いずれにしても'94年の32ビットの幕開け、サターンとの〝歴史的な激戦〟の時代と現在とではマーケット状況が明らかに違っている。

多くのライセンシー（ソフト制作会社）を巻き込んでのソフト政策は、膨大な時間と費用を要し、大きな困難が生じることだろう。

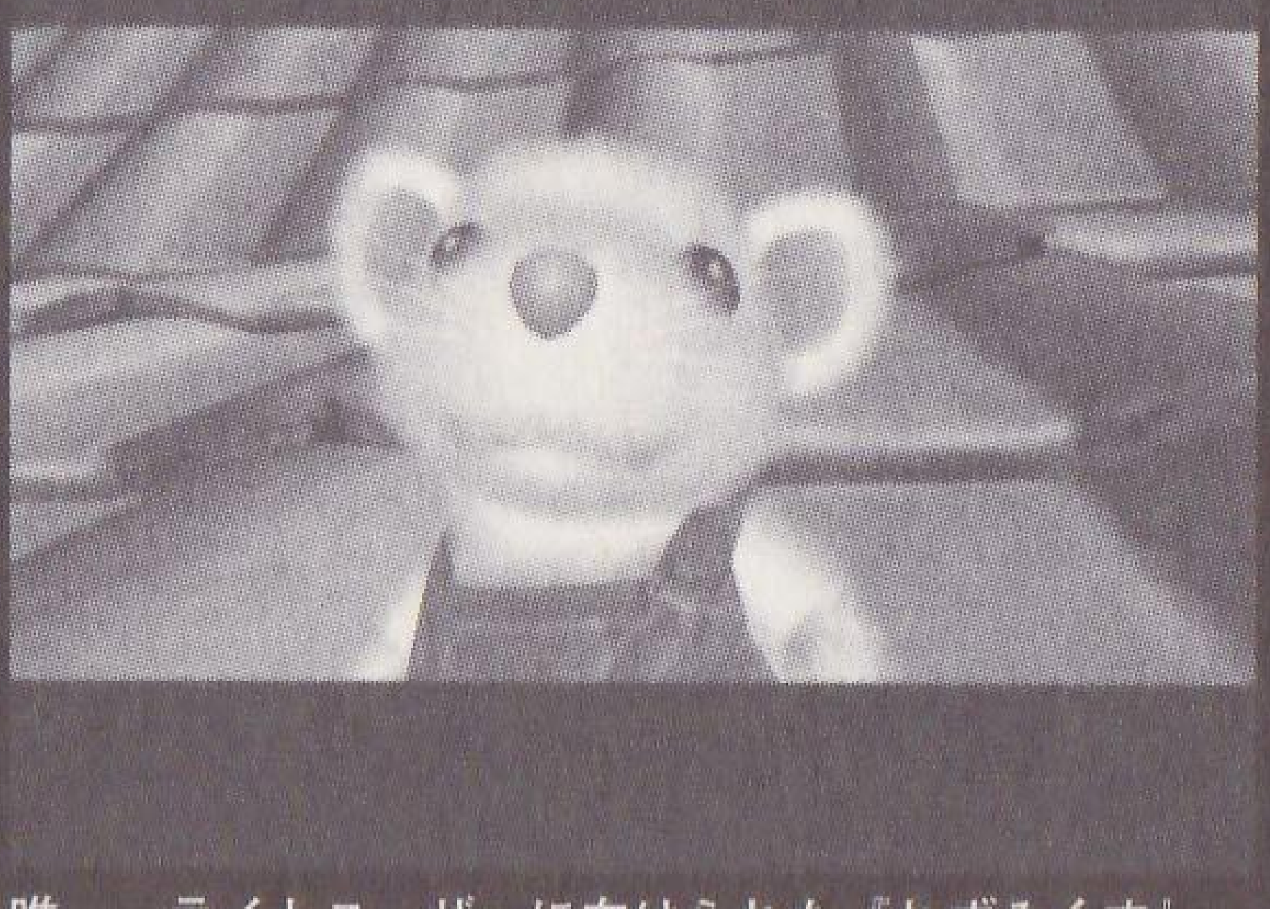
しかしながら〝ゲーム・ハード〟を開発する＝市場を新たに形成するための〝最有力策〟は、ライセ



運命の2月22日。大々的なアピールは、効果的な場所で行われていたのだろうか。

ンシー戦略＝ソフト戦略にあることは絶対的な真理である。その点において現在発売、または登場が発表されている各社のタイトルには、失礼ながら、マイクロソフト社の〝勝ちにいく戦略〟が見えるタイトルが少なく感じるのは私だけではないだろう。

さらに、ハードウェアのスペックの優位性をいくら唱えたところで、それが何に活用されるのか？といった戦略が同時に語られない限りは、優れたスペックも所詮は〝絵に描いた餅〟でしかない。ＰＣとゲーム機の違いは〝汎用機〟＝何でも出来るが何ができるかは使い手の能力に依存する部分が多いものである一方、専用機＝〝それ〟しか出来ないが、使い方は誰の目にも明瞭になっている、ものだ。


唯一、ライトユーザーに向けられた『ねずみくす』。ただ、その出来はため息が出るものであった。

ゲーム、およびゲーム機能を表層的にしか語ることのない、また株式市場への情報提供媒体しかない一般マスコミ／経済紙にとっては、今回のＸｂｏｘの新登場は、ハードメーカーの話題も含めて、何がなんでもニュースにしなければならなかったことだろう。特にブロードバンドへの対応などは〝これから〟を語るにふさわしい機能でもある。（ＤＣになかったのはＨＤＤだけだった？）

Ｘｂｏｘの様々な戦略性、機能性などには、まだまだ〝これから〟の部分が多く、結論付けた物言いは時期尚早であろう。（ソフトも含め）ＰＣ、およびＰＣの世界を知り尽くしているＭＳの、ネットワークをふくめた〝今後の戦略〟には期待するところ大なのだが……。

プロモーション、ソフト戦略 ハードスペック……

新ハードが登場するに際しての〝重要課題〟に触れさせていただいたが、〝業界関係者〟として最も懸念しているテーマは他にある。

それは、常に言っていることではあるが、〝国内戦略〟である。

ゲームビジネスがワールド・ワイドなものであることは、明らかなことではあるが、Ｘｂｏｘの場合は〝アチラの会社〟ということもあり、特に気になる部分である。

発表される数字、話題などが、〝アメリカ受け〟することだったり、アメリカの話題が多いような気がしてならない。

メーカーの方々の多くは〝全世界戦略〟なのだろうが、プレイヤーも含めて国内の業界関係者にとっては、国内戦略が最重要課題であり、唯一の話題でもあるのだ。

このことはＸｂｏｘに限らず、多くのメーカーの方々に注文させていただきたいテーマでもある。

日本のプレイヤーを見限らないで欲しい、裏切らないでもらいたい、と。

両者を俯瞰して…

ゲーム機が市場に受け入れられるためには、ハードの機能、ソフトのラインナップ（戦略）とともに、それらを包括して世の中に知らしめていくためのプロモーションなどの各要素が必要十分条件となってくる。

ネットワーク社会の到来、デジタル機器としての可能性といった、将来を見越したハードの開発には、膨大な費用と人材が必要となるが、ゲーム機としての販売価格は当然のことながら抑えなければならない。人気タイトルは、既に他陣営の機種での開発／発売を約束されてしまっている。しかしながら、プラットフォームとしての市場性を高めるためにも普及の促進を図らなければならない。

Ｘｂｏｘには克服しなければならないテーマが山積しているが、「日本市場を大事に！」というのは我々にとっては何より重要な〝お願い〟に違いないのだ!!

武田丸男（たけだ・まるお）：広告／デザイン業界からテレビゲーム業界に十余年前に転身。数社のゲーム関連会社で家庭用ゲームソフトの販売・宣伝・ソフトのプロデュース業務に携わる。近頃自分でゲームを楽しむ暇がないことを嘆いている。

アーケードゲーマーなら熱くならないはずがない!!

名越武芸帖

其の十五 スパイクアウトの思い出

最近ある雑誌の取材を受けていて、俺が昔作ったゲームにちょこっと触れたのですが、そこからずいぶん話が長くなって調子に乗ってずっと話していました。俺は比較的自分の過去のゲームについては語らないほうだと思うんですが、小一時間ぐらいはなしたところで、自分自身、かなりムキになってしゃべっていたのに気づきました。「**なぜそこまでムキになったんだろう？**」そう考えると多分、自分の中で**完全燃焼していない部分があったから**だと思いました。今回はそのゲームでのちょっとした思い出話です。息抜きだと思って読んで下さい。

『バーチャファイター4』が人気ですね。すごい人。対戦モノは夢中になりますよね。CPUを負かすより、人間が動かしているモノの方が感情移入が大きいし、やはり人を模したキャラクターを負かすほうが気分的に高まります。基準になるのがリアルな「喧嘩」だからでしょうね。これ以上盛り上がるファクターはありません。そしてインカムも良い。営業も喜び、プレイヤーも喜ぶ。**健全**です。

では逆に嫌われるゲームとはどんなものでしょうか？　それはプレイヤーも営業も怒るゲームですね。平たく言えば、つまらなくてインカムも悪いモノ。

でもかつて俺は、いずれにも属さないゲームを作ったことがあります。結果的に言うと、**営業が怒り、プレイヤーが喜んだゲーム**です。その名は『**スパイクアウト**』。

当初のタイトルは『スパイク』でした。最終的にもそれで出したかったのですが、商標調査で引っ掛かって変更しました。

簡単にゲーム概要を言うと、4台のキャビネットを通信ケーブルでつないで、アクションゲームをさせるというモノ。プレイスタイルは協力型。同一空間上のプレイヤー同士は味方であり、一つの目的に対して助け合いながらゲームを進行させるというモノです。

当時は**対戦モノ全盛時代**であり、平台（テーブルタイプゲームというか筐体モノでない汎用機）のゲームはインカムを重視するために、対戦でないものはほとんどありませんでした。格闘を始め、マージャンやクイズに至るまで対戦一色の状態が定着していました。**プレイヤーのニーズと業者のニーズがマッチしていた**わけですから、文句はありませんでしたが、営業的に画一的な空間の状態を見ていると、無性にムズムズしたのを覚えています。

そんな最中、新作ゲームのネタを考えていた俺は、いつもこう考えていました。

「品揃えが偏っている状況にこそ、違う別の価値観を盛り込んだ商品を提案してみたい。」そこから考え出したのがこのシステムでした。

でも開発を始めて、すぐに壁にブチ当たりました。「**どう考えてもインカムが悪い**」対戦モノを基準にすれば、対戦しない商品は**プレイヤー同士でゲーム時間の削りあい**をしてくれない以上、インカムは低くなる。さらに協力型なんて、**お互いのゲーム時間を延ばしあう**訳だから、一層インカムは落ちる。

そこで色々考えました。時間制、ステージクリア時の基準スコア制、基準体力制等々。でもプレイヤーのゲームを時間で切ったり、御都合主義で数値を決めて、ゲームを続けられるのかどうかを線引きするのは、どうしてもイヤでした。そして最終的に製品の形に落ち着きました。

ユーザーの喜びも程々、営業の喜びも程々、そんな商品は作りたくない。今回に関しては我々は**ユーザーを大切にする**。逆に言えば**会社に泣いてもらう**ことに。これを崩すと、どっちつかずの製品になるから。でも、言うのは簡単で格好良いんですが、何よりそういう商品を許してくれたセガには、今でも感謝しています。

ちなみに『スパイクアウト』は『デジタル・

『バトル・オンライン』と『ファイナルエディション』がリリースされたのですが、実は幻の『**パーフェクトエディション**』と言うものが、俺の中では存在していました。マップを更に広大にし、シナリオイベントによって話し合いで、4人が2人ずつ手分けして別のルートを探索しながらある地点で合流したり、場合によってはその分け方が1対3になってみたり、4人別々になってみたり……更に合流時間がきっちり合えば、シナリオが分岐したり……敵も天心の親父さんが登場したり、スパイクがボクサーの頃のライバル＝現世界チャンピオンでかつ、裏ボクシングチャンピオンが……とか、4人の素性が見えてくるシナリオもたくさん考えていました。**くやしいなぁ**。書いていてだんだん腹が立ってきた。まぁでも、**それを製品化する術**（プレイヤーと営業の問題のクリア）を思いつかなかった俺が悪いだけなので、自業自得なのですが。



そんな感じで色んな勉強をしながら、たくさんの経験と思い出の詰まったゲームなのですが、でもこのタイトルを作っているときの一番の思い出は、ある意味で地味な出来事でした。このゲームのボタンの名称は当初はシフト、**アタック**、チャージ、ジャンプでした。インストラクション上では、S、A、C、Jです。でも最終的にはシフト、**ビート**、チャージ、ジャンプと直しました。つまりS、B、C、Jです。なぜだと思います？ちなみにAボタンとは攻撃ボタンのことなので、アタックという表現の方が一般的なはず。なのに、あえてビートという名称にしました。

このゲームの場合、アクションのバリエーションを持たせるために、同時押し操作もプレイヤーに要求します。2つ同時押し、3つ同時押しとか。そして最初のボタン名称の配置では、プレイヤーがAとCの同時押しを求められた時、AとCという一つ飛ばしのアルファベットを用いているのにかかわらず、真ん中の隣同士のボタンを押させるのって、変だと思いませんか？

ボタンが4つ並んでいて、何の前情報もなく「AとCを両方押して」といわれたら、きっとほとんどの人が一番左と一つ飛ばしてボタンを押すと思うんですよ。でもAをBに変えておけば「BとCを両方押して」と言われたら、真ん中2つを押してくれると思います。だからわざとアタックという呼び方をビートに変えました。

これに最初に気づいたのは、スタッフの一人でした。ちなみに彼は、最初はプレイヤーがレバー下とAとCの同時押しでアイテムを拾うという操作を、いまいち使いこなせてないことを気にしていました。

今思えばそれがきっかけで、ある日彼から「そもそも**真ん中2つにAとCを割り当てる**ことはおかしい。感覚的に気味が悪い」ということを言われて、言われてみれば正にその通り。それを機に考え直すことにしました。例えばシフトという言葉もやめて、左から順にABCDと記号を割り付ける案も出ました。が、それでは安直だし、何より我々はカメラを任意に固定させながらスムーズにゲームをさせるという**ボタンのシステムに自信があった**し、俺もこのシフトという意味の深さを気に入っていました。なので、この言葉は変えたくない。ジャンプもできればJにしたいし……うーん。と悩んでいました。そして、とりあえず大きく欲張るのはやめて「AとCの一つ飛ばしのアルファベットを両隣におくことだけは避ける」と言うことだけに集中して考えました。では理想は何か？それは**真ん中2つがBとCであること**、Cはチャージで確定している。では問題はB。そして辞書を調べて、パンチ→殴る→連打→叩く→やっつける→というニュアンスからBeatにたどり着いたわけです。うそのようですが本当の話。こういうこともスタッフは気を遣ってるんですよ。この配慮自体がこのゲームが愛された直接の理由ではないかもしれませんが、頑張って気を遣ってコンテンツの中身のことを考えていたからこそ、こういうところにも気がつけるんでしょうね。そして小さなことですが、こういう目線は物作りを続けていく限り、俺もずっと保ちたいものだと今回これを書いていて改めて思いました。またこういうゲームを作ってみたいなぁ。いえ、もちろん次は**プレイヤーも営業も喜ぶ姿を目指しますよ**。ではまた。

名越稔洋（なごし・としひろ）：'65年生まれ。東京造形大学卒。セガ第4研ソフト研究開発部部長を経て、現在アミューズメントヴィジョン社長。セガ時代『バーチャレーシング』等にCGデザイナーとして参加後、プロデューサー兼ディレクターとして『デイトナUSA』等をリリース。先日、ゲームキューブで『スーパーモンキーボール』をリリース。

悲しく楽しい ゲーム業界 裏 事情

Written by
橋本和明

ゲーム業界人の切ない生き様がよくわかる！　下請け制作会社一筋の著者が贈る　連載第6回！

第6回　現場に女性が少ないワケ

ゲーム業界に女性がいるということは、最近でこそ多くなったが、現場にはあまり多くない。一部営業畑の分野には多数いるが、他の職種では、お世辞にも多いとは言えないのだ。理由は、女性が働けるような職場ではないとか、女性がいることで開発ペースが落ちるなどの理由が存在するが、なぜ、女性がプロジェクトに参加していると、開発ペースが落ちることになるのだろうか。なぜ女性が働けないような職場なのだろうか。

CASE ① 異臭に耐えられない

現在の低価格開発の現場では、すこしでもコストを減らそうと、短い締め切りにより、開発室での泊り込みが繰り返される。すると、だんだんスタッフは異臭を帯びてくる。また偏食により極度に太ったりやせたりしたスタッフ達は、外見もまたクレイジーになりがち。しかし女性スタッフがいると、少しでも好かれようと、開発スタッフ達はこぎれいにしようと心がけ始める。綺麗になるのはいいことだが、毎日風呂なんて入っていたら締め切りなんかに間に合う訳はない。結果として、しまいには異臭を放たなければでき上がらないようなスケジュールで作っていること自体に怒りを覚え、仕事をボイコット。またうっかり一人が女性スタッフと付き合いだして、ブロークンハートで仕事が手につかなくなり……人間を捨てていたはずの人たちが、正しい人の生き方に目覚めてしまう。

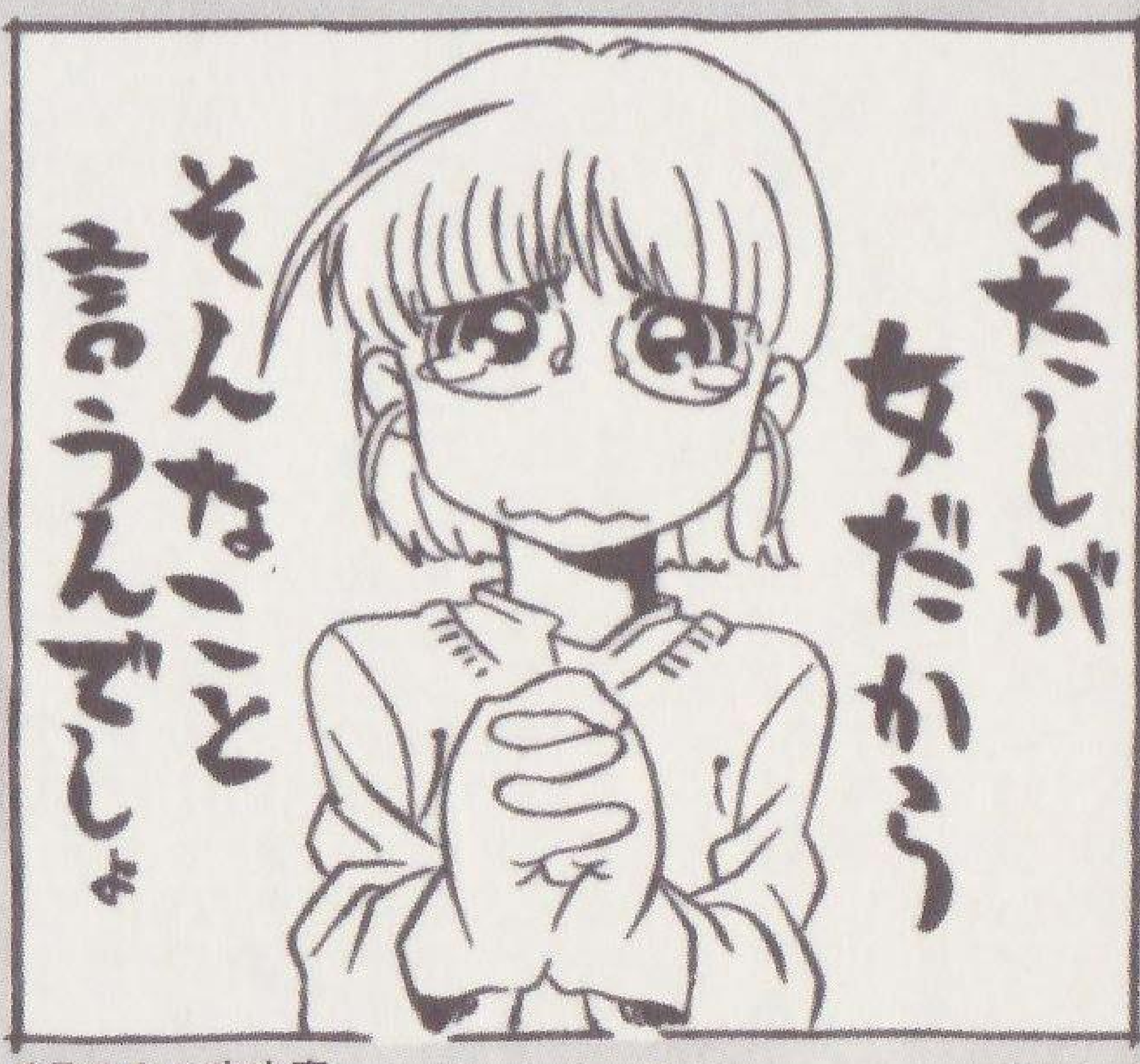
CASE ② やりたくない仕事を押し付けられる

男性スタッフは女性に頼まれれば嫌といえない。断ると泣き出したり、陰口攻撃で、グループから大きく孤立する可能性もあるからだ。また、女性は論理的思考でなく、ただ感性で好き嫌いを判断しがちであり、結果価値観に該当しない内容はいくら頼んでも作業してくれない。さらにスケジュールは詰まっており、無茶をこなすのが半ば当然にもかかわらず､無茶な仕事は体を壊すから、などの理由でやってはくれない。しかし誰かがやらなければ開発は終わらないので、結局１人分の仕事がだれかに分散されてのしかかる。

CASE ③ 妙な「こだわり」

女性開発者がリーダーになった場合は、さらに問題が出る。自分の理想に合わないものができてくると、とたんに機嫌が悪くなる。リーダーでなくとも、自分の作った作品が貶されれば人間性を批判しだし、制作者同士のぶつかりが人間の怨恨になりがちなのだ。さらに女性の場合は「女性の感性だから」と、持っている考えを理解してもらおうと、努力をしないケースが多く、周りに決して説明をしようともしないものだから、スタッフ達もどうしたらいいか分からなくなり、結果完成しないことも少なくない。

ゲーム業界に女性が少ないのは、劣悪な労働環境だけでなく、基本的には男の世界にいすぎた男性開発者が、女性の扱いに慣れていないというのが一番の問題なのだ。男女平等と言われている世の中だが、閉鎖的な世界、残業が当たり前、理不尽がまかり通る開発の現場では、人に気を使ってられないというのが本音だ。となると、結果として女性は邪魔になる。だから、外見、思考方法などが、男の世界に入りすぎて女を捨ててしまった人しか生きられる職場ではないのかもしれない。



イラスト：安本豪

橋本和明(はしもと・かずあき)：小学生の時からプログラマーとしてゲーム制作に携わり、シナリオライターなどを経て、現在はゲーム制作の下請け会社を経営しつつ、フリーライターとして様々な雑誌で活躍中。

韓国ゲーマーにも春がやってまいりました。今回は韓国PS2事情ですよ。

Korea's Game Trend

韓国ゲーム電文

第五回
韓國ゲーマーたちの春


韓國のCMは□△○×を強調している

来たぞ！　韓國でPS2発売!!

はい〜韓國のテリョンです。突飛な話ですが、長い長い冬も終って天地萬物が甦生する春が来ました。春ですよ、春。凍て付いていた大地に花が咲くわ、芽生えるわ、おおっと!!　あちらの大形割引店の陳列棚にはなんとPS 2の勇姿が見えます。どうやら本当に春が来たみたいです。韓國ゲーマーたちの春です。なにげなくTVをつけると □△○× が乱舞するPS 2のCMが流れています。黄金時間帯なのに。夢ではないか確かめたい気持ちで床に頭をぶつけてみました。痛いです。春が来たのはまぎれもないことだということがようやく分かりました。昨日はSCEK（※1）からプロモーション配布用という印がつけられた『ICO』をもらいました。韓國語のパッケージに、ゲーム中のテキストまで韓國語です。なんて暖かい日差しでしょう。ああ、韓國ゲーマたちの春が来たのです。

そうです。2月22日、ついにPS 2が韓國で正式発売されました。価格は358,000ウォン（≒36,000円）。市場の反応はよく、売れ行きも順調です。SCEKは3月のうちに15万台、今年内100万台突破が目標だといいますが、不可能ではないと考えられます。マーケティングのソニーだし、ぜひとも頑張ってほしいです。

韓國版PS 2はいろんな意味でいいタイミングに発売されたと思います。つい何年か前まで、少数のゲーマを除く韓國の一般大衆は、ゲームという遊戯の存在をまったく知らずにいました。だが90年代後半からオンラインゲームのブームが起きたおかげで、韓國の人々はついにゲームの存在を知ったのです。そして韓國の通信インフラとPC普及率に基づいて10〜30代位の年齢層では、誰でも軽く楽しめる遊戯のひとつとしてゲームは根をおろすことになりました。

こういったゲームへの社会の基礎的な理解と基盤が作られたうえにPS 2が入ってきたわけです。これからは私の個人的見解ですが、オンラインゲームとコンシューマゲームはその文法と面白さのしくみが完全に異なると思います（少なくとも現時点では）。そういう意味で、今までオンラインゲームばかりプレイしてきた韓國の人々にPS 2とコンシューマゲームというのは、これまで楽しんできたゲームとは違う、完全に新しい世界なのではないでしょうか？　そういうわけでみんな興味を持ってPS 2のゲームに触れてみる。そして新しい面白さを体験する。やがてはコンシューマゲームも遊戯のひとつとして韓國に根をおろす。こういう手順を踏んでいくのではないかと私は見ています。

ここらへんでDVDの話もしてみましょう。一応、SCEKは“PS 2のDVD機能はあくまでも附随的なもので、前面に出すつもりはない”と言っていますが、韓國でのPS 2販売において、DVD機能が無視できないメリットとして作用しているのだけは事実です。

韓國でのDVDプレイヤーは、普及が始まったばかりで、大勢の人（おもに若い経済人口）が「ボクもそろそろDVDをひとつ買ってみようかな？」と考えているような雰囲気です。こんな状況の中に現われたDVD機能付きの最先端ゲーム機PS 2はすごく魅力的な商品として人々に受け入れられるはずです。DVD機で使えるうえによくわからないけど、とにかくゲームもできるなんて、錦上添花（※2）に一石二鳥じゃないですか。それにふつうのDVDプレイヤーの価格が30萬ウォン位ですから、ゲーム機能付きで35萬ウォンというPS 2の価格も相当魅力的です。はっきり言って買いですね。

TVのCMでは“楽しい世の中が来る”って言ってますけど、これからどうなるのでしょう。韓國のゲーム業界とゲーム事情はいろいろ特殊な分、韓國でのPS 2販売と事業展開には注目すべきだと思います。これからも特筆すべきことや面白いことが起ると紙面を通してお伝えいたしますのでお楽しみに。韓國のテリョンでした。

テリョン（鄭泰滝）(bulmory@gamerz.co.kr)：PS2もいいけど、ZOIDSもいいですね。その秀逸なデザインとギミックには脱帽！　最新機のダークスパイナーと買い逃したゾイド買いに（漁りに）日本に行ってみようかなと、真剣に検討しています。

※この原稿は韓国人のライターが日本語で書いています!!

※1……Sony Computer Entertainment Korea
※2 錦上添花……美しさのうえに、美しさを加えること。

GAME BEAUTY MUSE

－ゲーム淑女録－

drawn by TOMOHARU SAITO

FILE FIVE

オルガ・ゴルルコビッチ

FROM

METAL GEAR SOLID2

SONS OF LIBERTY

ゴルルコビッチですよ？
どう思いますかその名字。
皆さん今すぐお手元の紙に
「ごるるこびっち」
と書いてみてごらん
そんなに難しい事じゃない
（ジョン・レノン）



「キャラクターを印象づける」
その事に心を配ろうと
奇異なデザインに走って
失敗するキャラが溢るる中
設定に対する裏づけと
強い印象を
同時に提示しようという
好例と判断。





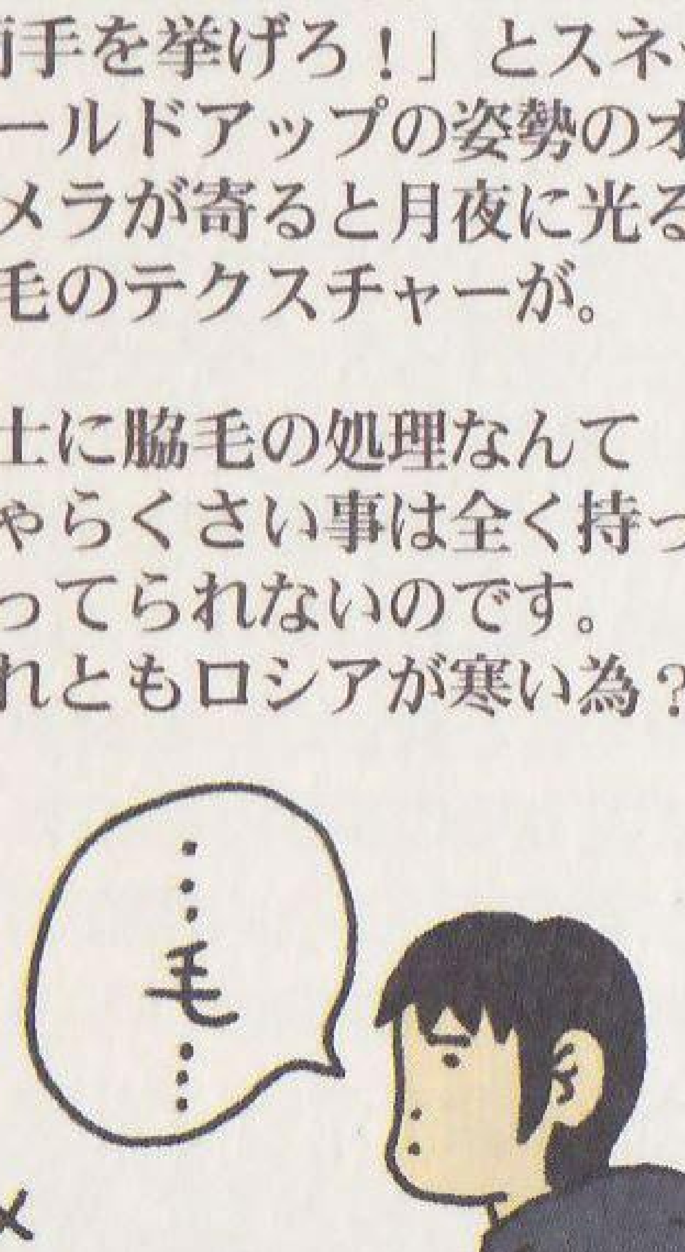
まあロシアの娘さんな訳ですが
戦いの中に身を置く娘であり
戦いの中に身を置くという事は
その前にシーンをピックアップ

*****初登場*****
スネークと対峙するオルガ
「両手を挙げろ！」とスネーク。
ホールドアップの姿勢のオルガ
カメラが寄ると月夜に光る
脇毛のテクスチャーが。

戦士に脇毛の処理なんて
しゃらくさい事は全く持って
云ってられないのです。
それともロシアが寒い為？

惜しむらくは脇毛が
ゲーム性に直結してると
更に素晴らしいのですが
一体全体それは
どんなゲーム性なんだっ
っつ話になって
ネットで鼻毛抜くゲーム
ありましたよね。

事の是非は置いておいて
「脇毛」ってどうですか皆さん。
割とマイノリティの
フェティシズムだと思いますが
昔、黒木香っていましたよね。
笛吹く姉さん。



斉藤智晴（さいとう・ともはる）：夜行性イラストレーター。参加作品に『カルドセプト』『美食戦隊薔薇野郎』他多数。
参加してない作品に『ゼルダの伝説』『テトリス』他多数。http://www.ocv.ne.jp/~la-saito/

エロの星の名の下に 総天然色

南敏久

第13話『新体操（仮）』

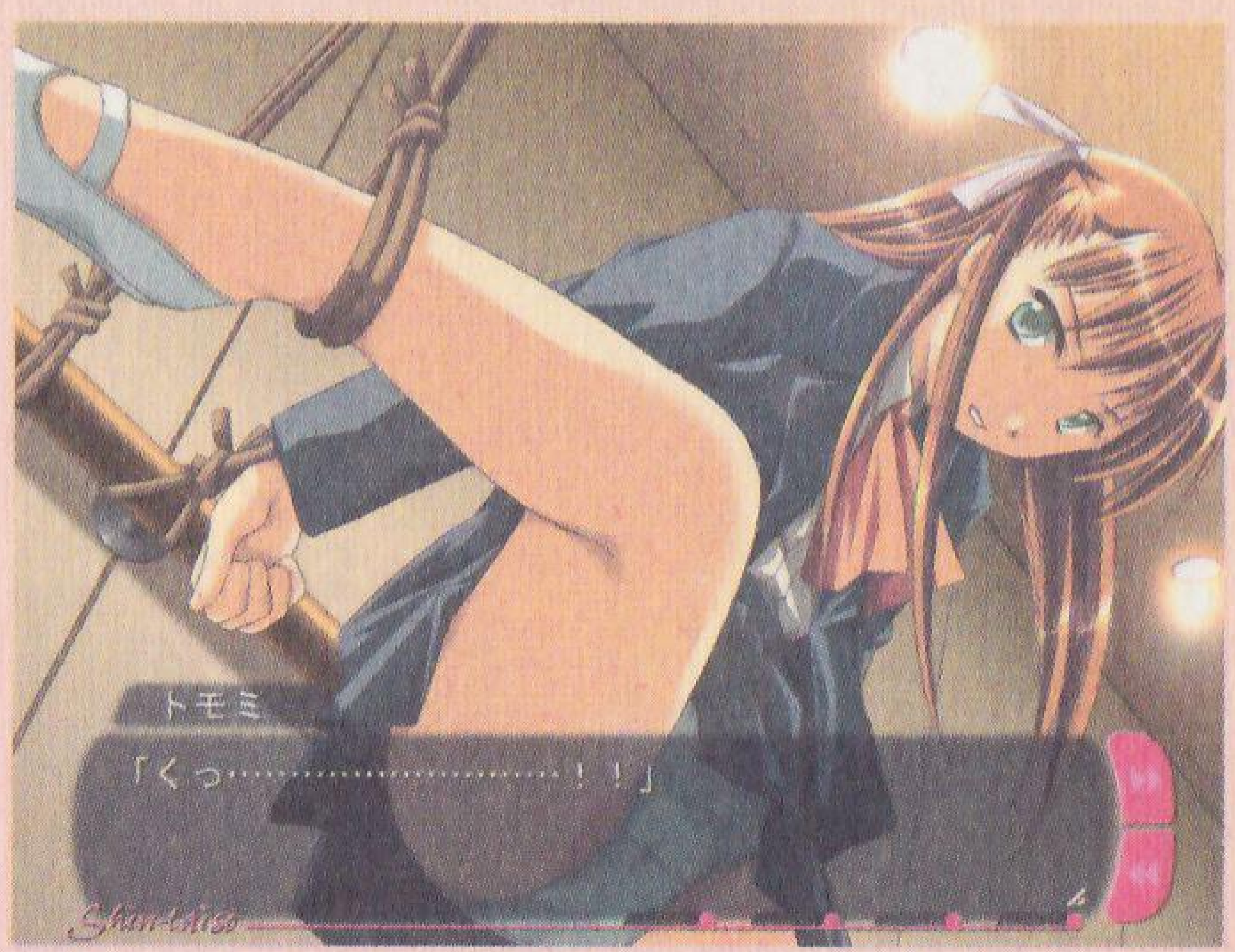
ジャンル：調教・陵辱系AVG/メーカー：ぱんだはうす/機種：Win95＆98＆2000＆Me/価格：8,800円/発売日：2001年12月20日

レオタードフェチと全身タイツフェチの間の溝は狭そうで深い第13話

近頃めっきり春らしくなってまいりまして、皆さん、特にがっぷ獅子丸34歳さんなんかはスギ花粉でズルズルゲフンゲフンと難儀している時期でありましょうがワタクシは相も変わらず止まらない鼻血に苦しんでおります。南敏久です。と、このコーナーもフト気がつけば春らしく色がついてるじゃありませんか！ ま、文章の内容的には今までのものと何ら変わることはナイのですが、画面写真的にはこれまでのモノクロページでは想像の翼を広げないとチト判りづらかった女のコちゃんのポワポワした高級肉質感がより手短に楽しめると思いますので乞御期待、ということで……。

でまあカラー一発目でイキナリうんこだザーメンだ肛門拡張だというのもウラ若き乙女の方々にはザ・ショックだとさすがの南サンもちょっと考えてしまいまして、今回はなるたけかわいー目のゲームで行こうと『新体操（仮）』を選んでみました。何でも世の中には「淫具を用いて少女の美を競う」闇の新体操なる競技があるらしく、コレの計画書を10万円で購入した体育教師戸黒肉助氏（ゴリライモを握り潰したような顔）は偶然（？）その計画を知ってしまった当学園の理事長の孫娘にしてワガママで癇癪持ちである白川トモミちゃんと手を組んで無茶なコトとは重々承知しながらも趣味と実益を兼ねたこの計画を実行に移すわけですがいやホント肉助先生の気持ち判ります！ レオタードってなんでああも素敵なんでしょうか。味気ない裸がたった一枚薄い布地を纏っただけであんなにも高潔に、あんなにも艶めかしく……。ワタクシも光ねこのマンガとかよく見てましたよ。

で、闇の新体操なんですが基本的には言いだしっぺでもある白川トモミちゃんもしくは新体操部のエース羽丘みくちゃん（関西弁が可愛い）のどちらかを選んでリボンできりきり縛ったり梶棒の端をキュッとお尻に突っ込んだり、といった割とベタなメニューを大会までの2週間の間毎晩みっしりと教え込むんですが、問題児のトモミちゃんがあっちこっちで他の生徒と諍いを起こすのでその度に肉助先生は彼女の尖兵としてスクール水着のオトコ女やブルマ撤廃を目論むメガネッ娘、犬好き少女や同僚の女教師をその歯牙に掛け闇の新体操会に引きずり込まなくちゃならないので大変です。ただ全員分＋αのエンディングを見るとレオタード姿の女のコちゃん達がくんずほぐれつ、レズってレズって60分の最近の食玩並みに豪華なオマケが見られますのでしゃあない頑張りますかといったトコロ……。



皆サン！ トモミちゃんの柔らかそうな太モモのふにふに感、そちらへ伝わってますでしょうか。特に足の付け根あたりね。

南敏久（みなみ・としひさ）……1973年生まれZONEの画面右端のコ（名前失念）と木下いつきにベタ惚れ中の特殊造型業＆怪獣博士。前回前フリであんなコト書いたらわざわざチョコレートを送ってくれた秋田県の土田さん！ どうも有り難うございました。諸々の質問に対するお返事はもうチョット待っててね。ご意見ご感想お便りなどはerohoshi@hotmail.comまで。

ゲーム書評　一時復刻版

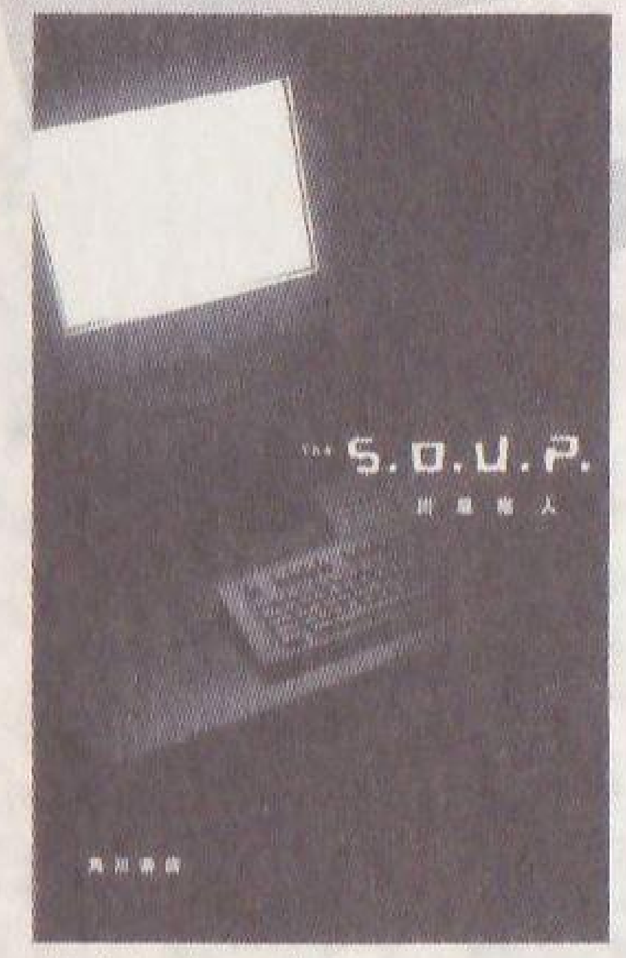
The S.O.U.P.

　映画化され話題となったトールキンの「指輪物語」。この「指輪物語」をモチーフとしたオンラインゲーム『S.O.U.P.』をご存知でしょうか。私は知っていますが、遊んだことがありません。というのも、これは『The S.O.U.P.』という小説に出てくる架空のゲームだからです。著者は弊誌でも原稿を書いていただいたことがある川端裕人氏。去年の夏に発刊された本です。

　物語は『S.O.U.P.』というオンラインRPGに絡んで、ネットワーク社会全体が危機に陥るという事件を中心に進行します。それだけでもエンターテイメントとして充分楽しめるのですが、個人的には、インターネットで結ばれた世界にある種の意志が生じるという設定に興味をひかれました。「都市構造は人間の脳みそそのものである」という説があるのですが、同様に「インターネットは人間の脳みそそのものだ」とも言え、脳みそである以上、意志があってもなんら不思議はないというわけです。加えて、脳みそが一つだからといって意志も一つだとは限らないし、逆に意志が一つだからといって脳みそが一つだとも限らないというのです。

　これはもちろん脳の中の脳というか意志の中の意志であるネットワークゲームにも当てはまることで、それがネットワークゲームの魅力（もしくは魔力）の一つだとこの本は気づかせてくれます。

　また、思いっきり観点が変わってしまいますが、ゲーム制作における人間関係の生々しさをそのまま描いているという面でも、ゲームマニアとして一読に値する内容となっています。（編集部　土井）



発行：角川書店
定価：1,800円

アニメがすごい!?　平成復刻版

アーケードゲーマーふぶき　ふぶき爆誕

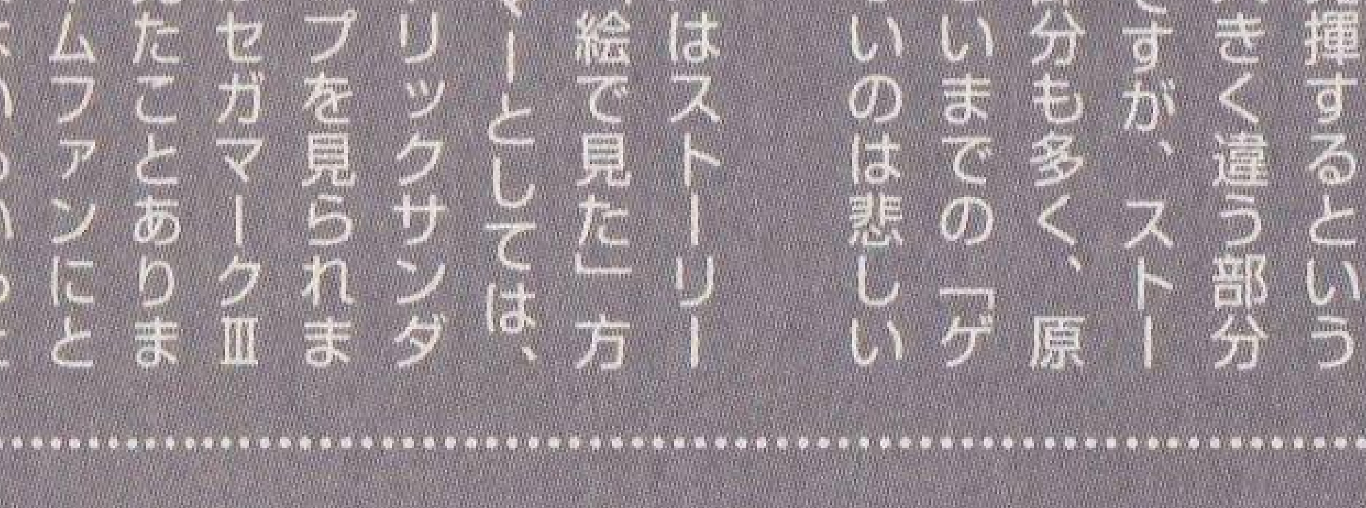
メーカー：バンダイビジュアル／発売日：2002年2月25日／定価：5,500円

「アーケードゲーマーふぶき」の80%はパンチラで出来ております。まぁ、作品コンセプトの根幹にパンチラがあるのですからこの印象もしかたのないことでしょう。

　アニメ「ふぶき」は、普通は“ドンくさい”女の子がゲームをプレイするときだけ、しかもパッションパンティ（以下PP）と呼ばれるパンツを人前？　で見せたときだけ、超絶なポテンシャルを発揮するという部分は原作と同じ（大きく違う部分もありますが……）。ですが、ストーリーはオリジナルの部分も多く、原作にあったバカバカしいまでの「ゲーム好き」っぽさがないのは悲しいところ。

　そもそもこのアニメはストーリーを追っかけるよりも「絵で見た」方が無難です。古ゲーマーとしては、“あの人”のエレクトリックサンダーやインベーダキャップを見られますし、なにより、私はセガマークⅢのあんなドアップを見たことありません！　とまぁ、ゲームファンにとっては面白い隠し要素はいろいろと用意されてます。

　最後に「アニメ」としてのお話しを。作画に関してはほぼ及第点。それほど問題ではありません。PPなんてものスゴイ懲りようですし。でも、なんで塗りがこんなにエロアニメっぽいんでしょう。ダブルミーンを予感してしまいます。どうせなら「水魚のポーズ」あたりでPPを発動させてもらったほうが“グッ”とくるんでしょうが……。（編集部　小川）



PP発動!!　の場面ではなく、このくらいで勘弁しといてください。

ゲームソフト批評

語るべき何か、評価すべき何か、そんな意義と価値を持つゲームを批評する。本誌の礎とも言うべきコーナーです。あなたは何を感じたでしょうか。

デッドオアアライブ3 ゲームソフト批評 **1**

ジャンル：格闘ACG／メーカー：テクモ／機種：Xbox／価格6,800円／発売日：2002年2月22日

八木澤知彦 プレイ時間：25時間

"疑問"には"答え"がある、『DOA3』は"必然"のもとに成り立っているはずだ

グラフィックの美しさは期待通り。『DOA3』を開発者視点からみたときに、さまざまな推論が浮かび上がる



派手、軽快、Xbox

Xboxのハード的特徴は、それがDirectXを動作させるための必要最低限の機器であることだ。同時に、既存のゲーム機ではハードを如何に使いこなすかが開発時の一重点であったが、XboxではDirectXというソフトの使いこなしにそれが移っている。

初期ラインナップが極めて強いメッセージ性を持っていることもXboxの特徴だろう。明快なアピールポイントとゲーム好きの遺伝子を持ったタイトルが目立つ。

その中でも強い個性を放つタイトルが『デッドオアアライブ3』(以下『DOA3』)である。

基本的なゲームシステムは前作を引き継いでいるが、ストーリーモードの最終ステージをアクションゲームのような奥に進む形式にしたり、キャラクターが喋るタイミングより早く、字幕を出し切るなど、全体的にプレイヤーの受け取る情報量が過多になる方向へ仕上がっている。

ひとことで言えば、海外受けしそうな派手な演出と、軽快な操作感が両立しているソフトなのだ。

インタラクションするランドスケープ

まず目を引くのはランドスケープの美しさだ。広大な空間が遠景まで3Dで作りこまれており、カメラが自在に動いても不自然さが生じない。既存の多くのゲームソフトなら2Dテクスチャの描き込みで表現され、苦労と割り切り跡が見受けられる部分である。

個々のオブジェクトに目を移せば、複数枚の大きなテクスチャを使うのは当たり前、看板、雲、雪などステージ毎に固有のエフェクトも凝らしている。いたるところでXboxの描画パワーを見せつけられる。よくよく見ると、各オブジェクトのモデリングやその動きは、奥行き広がりを表現するものと、プレイヤーの操作に応じてリ



キャラクターにばかり目がいきがちだが、その背景のクオリティの高さも特筆ものだ。

アクションするものの2タイプで構成されているのがわかる。具体的には、前者が遠方の山々、空中を飛び交う無数の鳥や何十本もの木々であり、後者は水しぶきや巻き上がる木の葉などだ。

今時のゲーム用リアルタイム3DCGでは、作り手の意図を明確に表現することは勿論、リアルタイムにカメラがどこを向いても最低限のデザイン性が保たれるよう、空間にイチオシ、ニオシのポイントを入れ込むという2つの要件を満たす絵作りが基本。『DOA3』では、先の2タイプが必要十分に作りこまれることで、この2要件を満たしている。これが同時に、ステージ全体の立体感や演出された密度感も生み出している。

一方で、オブジェクト同士のいわゆる〝インタラクション〟の関係をひとつ増やすだけで、開発の工数はぐっと増える。

たとえば、水とキャラクターとの関係を衝突の関係まで、つまり、水しぶきが跳ね上がる等に止めるならば、比較的平易に実現できるはずだ。しかし、水濡れで服や髪が重くなり形状が徐々に変化するなど、複雑な関係を表現するとなれば新たなプログラムやCG素材が必要になるだろう。

こう考えると、『DOA3』のランドスケープ一式をひとつのものとして固定するまでに、企画的要求とその実現にかかる工数、CGの表現力、そして納期を秤にかけて、何を為すべきか取捨選択し続けただろうデザイナー諸氏の努力と苦心の姿が目に浮かぶのである。

揺れる乙女のコスチューム

『DOA3』のウリのひとつはコスチュームだ。が、デザインの異なるものを数多く制作することは、インタラクションの関係を増やすのと同じ問題を抱える。

本誌前号によれば、『DOA3』では、服が体に巻きつかない等ゲーム内での整合性を考慮しつつ、複数のシミュレーションプログラムを組み合わせてコスチュームを実現しているということである。

これから推論すると、コスチュームの追加制作時には、「プログラムの想定範囲に収まるデザインの服なら平易に作れる」、「プログラムの組み合わせによっては上手く動作しない」など、様々なケースが発生するのではないだろうか。

つまり、極端に〝挙動〟の違うコスチュームはおいそれと増やせないのかもしれない、ということだ。平たく言えば、脱がすのは簡単、着せるのは高難易度、ということだ。

仮に納期が最優先される状況下であった場合、見栄えと工数との狭間で葛藤すべき（もしくは、葛藤する猶予すらない）状況があっただろうと考えられる。

開発者の視力 プレイヤーの視力

ここまで一連の分析や推測は、全て開発者的な見地からのものである。もしプレイヤーが、演出や操作の爽快感より、コスチュームの量的圧倒感や、懐古趣味的なリサイクルされたゲーム性を求めているなら、齟齬感があるだろう。

この意味で、『DOA3』は開発者のチャレンジや、見せつけたいことが、前面に押し出されたソフトだと捉えることも可能だ。

いずれにせよ、アーケード屋、コンシューマ屋にPCを渡すと凄いものを作ってくるな、というのが率直なところである。

PROFILE

八木澤知彦（やぎさわ・ともひこ）

N64版『巨人のドシン』ゲームデザイン・メインプログラム、ICC『信用ゲーム展』等。ゲームの代理母という立場や権利を再認識させられる今日この頃。それは兎も角、PSやGCで動くDirectXを希望、だめ？

関連作品

デッドオアアライブ2（格闘ACG）

メーカー：テクモ／機種：PS2／価格：5,800円／発売日：'98年3月12日

PS2のキラータイトルとして、登場。当時は、そのグラフィックの美しさに度肝を抜かれた人も多いだろう。

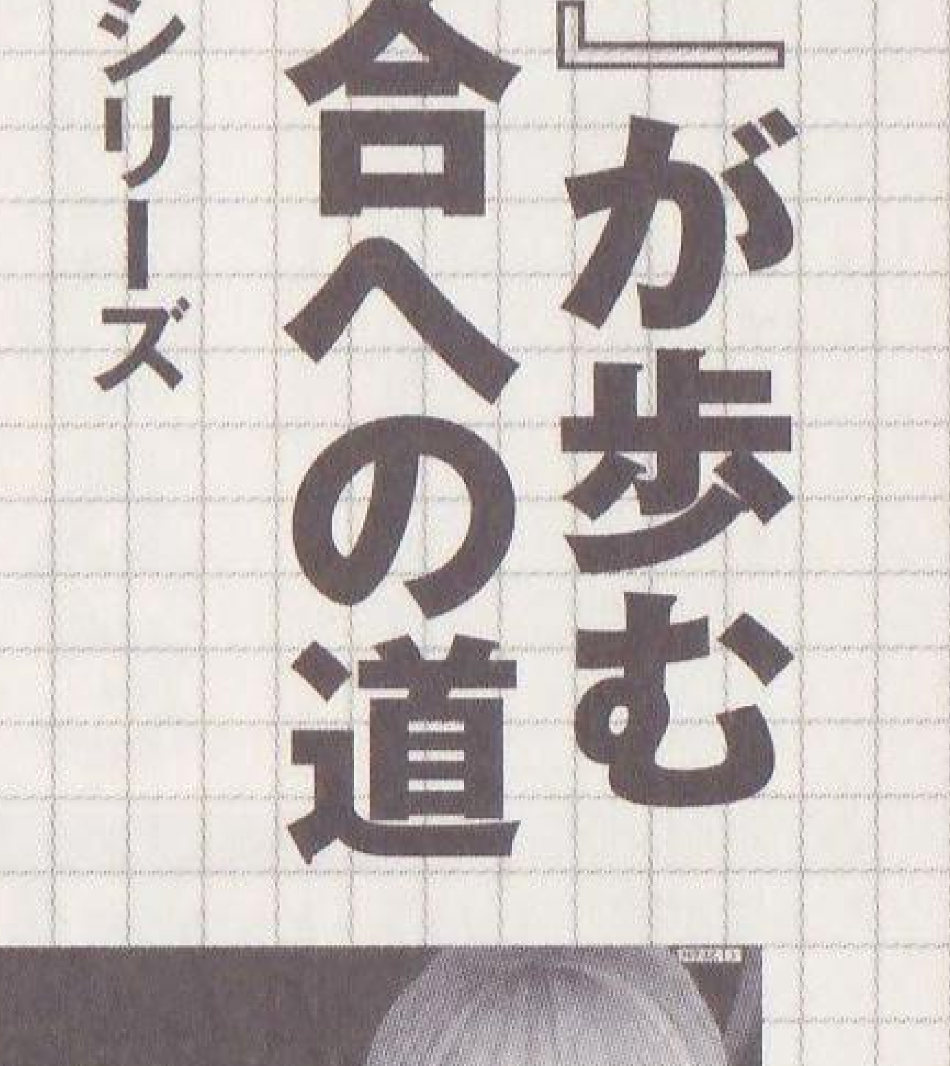
デッドオアアライブ3 **2**

ジャンル：格闘ACG／メーカー：テクモ／
機種：Xbox／価格6,800円／
発売日：2002年２月22日

多根清史 プレイ時間：50時間

『デッドオアアライブ3』が歩む「エロス」と「ゲーム」融合への道

エピキュリアンの期待を一身に背負う『DOA』シリーズ その最新作は、全世界の欲望に応えきれるのか!?



物質文明の「消費」に抵抗するビデオゲーム

人は己が思っているほどに想像力の行き場は自由ではないし、「飛躍」と呼べる突拍子もない境地に脈絡なく到達できたりすることは一部の「歴史上の天才」を除いてきわめて稀だ。

すなわち、専門外の観察者にとっては〝降って湧いた〟天からの賜物に見えても、創造した本人に言わせてみれば「営々と受け継がれた蓄積」の延長上に日々の試行錯誤を積み足し、ようやくにして得られた〝構築物〟に他ならない。

そうした微々たる「個性」への報酬は本人へと支払われ、それと引き換えに作品のほとんどを占める「受け継がれた蓄積」は少し内容を加えつつ、後世へと生き永らえる。ちょうど一時期、世間を賑わした「利己的な遺伝子」（遺伝子自身が、宿主に生存競争をさせて最強の〝子孫〟を残すという仮説）のイメージに近い。

そして20世紀より以前の絵画や彫刻、建築などの表現形式は、最古に属する「イオニア式」や「ドーリア式」、中世に下れば「ゴシック彫刻」、近世なら「印象派」といった一世紀にも渡るほどの寿命が与えられた。当時の様々な異なる文明たちが互いに日常的な交渉を持たず、情報の交換スピードも遅々としたものだった事情も無視できないが、その土地固有の条件として「加工できる素材が大理石しかない」や「特定の絵の具の色しか出せない」といった表現手段の制約が先にあって、特定のスタイルから踏み出すことは物理的に難しく、そこに留まって「成熟」の道を歩む他なかったのではあるまいか。日本の江戸文化が描いた〝先端〟よりも〝飽和〟、鋭角な放射線状でなく円の内側を濃密に満たす軌跡は、鎖国という「閉塞」が「豊かさ」へと結実した一つの証明となっている。

しかし、ビデオゲームが生まれた20世紀後半は、「成熟」とは無縁の時代だった。高度消費社会の到来は、物質的に人々を豊かにしたが、反面でそれは「追い立てる」世の中でもある。すべての表現形式は、経済活動から切り離された高度に芸術的な（あくまでも位置付けが）ジャンル以外は、痛々しいばかりにエスカレーションを強要され、加速度に耐える体力のないものは物質文明の強じんな顎にかみ砕かれ、「消費」されていった。

それはゲームにおいても例外ではないが、より特殊な現れ方をしている。つまり、文明の異常なほどの昂進がなければ、コンピュータ＝「計算機」で遊ぶ発想など生まれるわけがない。次々と登場する先端テクノロジーを喰らえる特権席は、咀嚼の余裕もない地獄へとたやすく変貌した。彼らに先行し

た表現形式のような「受け継がれた知識」も乏しく、しかもドット絵などのわずかな蓄積さえ放棄させられる過酷な環境にあって、それでも「ゲーム」という微かな線を過去から未来へと断ち切らずにつなぐ中継地点、それこそ『デッドオアアライブ3』（以下『DOA3』）であると思うのだ。

「エロス」と「ゲームのDNA」の融合をめざす試み

『DOA』は3D格闘ゲームであるのとほぼ同じ重さで「エロス」ゲームで〝あった〟ことに疑いはない。長らく3Dとエロスは「水と油」の感があり、セガが『バーチャファイター』シリーズで生んだ「パイ」や「サラ」もスタイリッシュという点ではハイレベルに達しているとはいえ、そこに「エロス」を感じるのは難しい。たしかに3Dゲームの初期にはポリゴンの硬質感がむき出しだったが、ハード的に扱える頂点の数が増えると〝カド〟も取れ、また1／60秒のタイミングをも争う対戦ゲーマーからの声も活かされてか、実物以上の動きの滑らかさを加えていった。しかし、そうした「格闘家の筋骨」に接近するほど、今度は勇ましい〝生身〟を前にした時の生理的反応と同じ意味で「エロス」からは遠ざかったのだ。

言うまでもないが古代ギリシャの「ミロのビーナス」以来、「エロス」は表現形式が目指すべき人間的な価値の一つである。時としてそれは「美」と呼ばれ、抗しがたい魅力を「堕落」として禁じられたこともある。異質なニュアンスも込められた「萌え」というバリエーションもあるが、いずれにせよ人類という種が存続する限り、果てしなく追究されるテーマには違いない。



あまりにも劣情的なシーン。興奮を喚起していること自体が有意義なことではないのか？

それに真っ向から挑んだ過去の『DOA』は、バストを柔らかく、質感をふんだんに持たせ、そして別の生き物のように弾ませ、またセーラー服など様々なコスチュームを用意し、およそ3Dの表現しうる「エロス」の限界とその先に拓けた可能性の空間を、新作のたびに発信し続けた。カプコンが2Dの分野で生んだ「春麗」や「モリガン」といったキャラクターたちと並んで、3Dの「かすみ」や「あやね」らは「エロス」の偉業、と呼ぶに値するのではないか。

そうした文脈の中にあっては、シリーズ最新作であり、かつ現時点で最高のスペックを誇る家庭用ゲーム機「Xbox」をプラットフォームに選んだ『DOA3』に対して、妥協なきエピキュリアン（※）たちの期待が重くのしかかったのは、ごく自然な帰結だった。

だが一見、Xboxのパワーはおもにオクタゴン（総合格闘技「UFC」のリング）や古代コロシアムの全容など、「とてつもない背景の再現」に割かれており、「エロス」はむしろマイルドになっている。これは失望すべきなのか、「偉業」は地に墜ちたのか——と嘆くのは早計だろう。「エロス」の道は一通りでなく、『プレイボーイ』のグラビアクイーンのような「一般性」も含むほど、その懐の内は広大なはずだ。現在、18禁ゲームのほうでは嗜好のニッチ化が進み、「進化の袋小路」と思える煮詰まりを見せている。だから、今回の『DOA3』の選択は、不朽の価値である「エロス」との最適な融合点を模索し、ひいては「ゲームのDNA」を未来に継承するための大いなる第一歩だと、あえて支持したいのである。

PROFILE

多根清史（たね・きよし）

Xboxサイコー！　発売当日から『DOA３』や『JSRF』、『ダブルスティール』を遊べるような幸せなハードには出会ったことがありませんよ。MSには例の「問題」への対応を、誤って欲しくないものです。

関連作品

プライマルイメージ vol.1（ETC）

メーカー：アトラス／機種：PS2／
価格：5,800円／発売日：2000年４月27日

３Dポリゴンキャラクターをカメラで自由に撮影するというフェチゲーム。直接、欲情に訴えかける稀有なゲーム。

※……快楽主義者

ねずみくす　3

ジャンル：ドタバタねずみアドベンチュー／メーカー：マイクロソフト／機種：Xbox／価格：6,800円／発売日：2002年２月22日

池谷勇人　プレイ時間：10時間

これが新ハードのゲームなのか!? イケそでイケない『ねずみくす』という怪作

本体同時発売ソフトのなかで唯一のライトユーザー向けタイトル……のはずなのだが、どうにもこうにも〝ヘビー〟である。



マイクロソフト（以下、ＭＳ）最大の意欲作にして問題作、早くも登場である。

『ねずみくす』は「大きな川に囲まれた小さな島」を舞台に、ねずみたちのナワバリ争いを描いたドタバタねずみアドベン〝チュー〟。プレイヤーは島ネズミたちのリーダー・アポロを操り、ナワバリを荒らすヨソモノネズミたちを追い払うべく仲間とともに戦っていく。

Ｘｂｏｘの新機能「ファーシェーディング（※）」を活かしたふさふさ感たっぷりのキャラクター、シンプルに徹したゲーム性、おまけにテーマソングはＦｏｌｄｅｒ５ときた。日本専用タイトルということからも、日本市場（特にライトユーザー市場）開拓を見込んだ戦略的タイトルであることは疑いないが、それゆえ同発タイトルでありながらもっともＸｂｏｘらしくない怪作となった。

捻出したゲーム性が無意味な絶望をもたらす

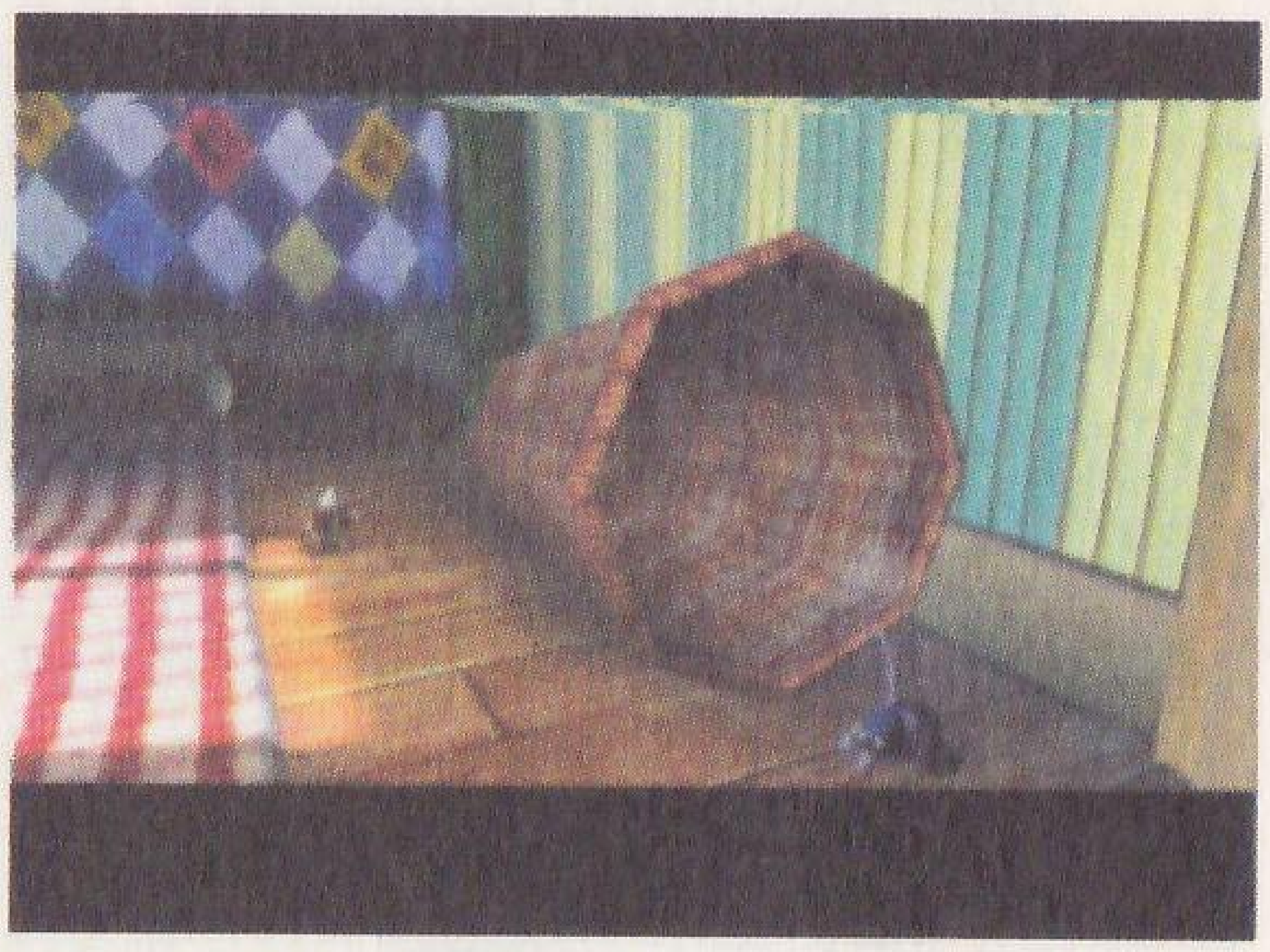
ゲームは「サーチ」と「バトル」の２つのパートから構成され、サーチパートではフィールドを探検してヨソモノを探し、バトルパートでこれと戦って追い払う、というのがおおまかな流れ。これを繰り返して制限時間内にすべてのヨソモノを追い払えばクリアである。

ドタバタねずみアドベン〝チュー〟の文句が示す通り、サーチパートの骨組みはアドベンチャーゲームに近い。３Ｄで描かれたフィールドは360度自在に動けるのかと思いきや、移動できるのはあらかじめ敷かれた見えないレール上のみ。プレイヤー自身が操作している感覚は薄く、流れる車窓の風景をひたすら眺めているような気分である。ミクロの視点から眺める日常は新鮮で、見ているだけでもそれなりに楽しめるのだが、それだけに一層、自由に走り回りたい衝動にかられてしまう。

アドベンチャーゲームで言うところの〝フラグ立て〟に相当するのがヨソモノネズミ探しである。ところがこいつら何のヒネりもないところにボーッと突っ立っているだけ。謎解き要素など一切なく、要求されるのはひたすら注意力のみだ。シンプルと言えば聞こえはいいが、結局、レールを総当たりしてフラグを探し当てていくだけという単調作業に陥りがちだ。

時間制限もゲーム性を増すどころか、半端な足かせにしかなっていないのが惜しまれる。いっそアドベンチャーに徹し、のんびり周囲を見渡せるゆとりを持たせてくれたほうが良かったのではと思う。どこで見落としたのか、最後の一匹がどうしても見つけられず、すべてのレールを洗い直す羽目になった時はさすがに絶望した。どこにいるとも知れない１匹を時間内に探すのは、砂漠に落ちた針を探

※ファーシェーディング：乱暴に言えばポリゴンに毛を生やす技術。映画「モンスターズ・インク」などでもふんだんに使用されている。



行動できる箇所は極端に少ない、これなら、３Ｄ化する必要はなかったのではないか。

すに等しい。（結局、3回目のやり直しでようやく発見した）

サーチパートで一定数のヨソモノを発見すると、敵味方合わせて最大20匹近いネズミたちが入り乱れるバトルパートに突入する。サーチパートとはうって変わってこちらはアクションゲーム仕立て。仲間はＡＩにより勝手に戦ってくれるので、プレイヤーはアポロを操作して暴れまわるもよし、指揮官として仲間に命令を与えるもよし。このあたりの感覚は『ピクミン』に似ていると言えなくもない。が、１００匹もの仲間をストレスなく操作できる『ピクミン』に比べ、本作品のインターフェースはあまりに不親切。たった数匹の仲間に指示を出すのにいちいち画面を停止させて仲間を選んでターゲットを指定して……と、かなりの手順を踏む必要がある。しかし一度倒された仲間は二度と復活しないという厳しいペナルティがあるから、指示を出さないわけにもいかない。結果、もったりした操作性と相まって、戦闘のテンポが著しく悪化している。

残るポイントはネズミたちの愛らしさということになるのだが、これも〝毛〟以外はパッとしない。モーションはぎこちなく、エフェクトがかかったカン高い声は聞き取りにくい。ステージ間のデモシーンでは、ついつい失笑が漏れる。

意欲作品か イロモノ作品か？

本来、ＭＳの本領はその圧倒的な追撃力にある。先駆者が敷いたレールを驚異的なスピードで追走し、いつしか先駆者すら追い越して首位を独走している。Ｗｉｎｄｏｗｓがその典型だし、ＰＣ用ゲームでも『Age of Empire』や『Flight Simulator』『Train Simulator』など、どこかで見たような、それでいて非の打ち所のない秀作がずらりと並ぶ。『ＨＡＬＯ』もきっとＦＰＳ（一人称視点シューティング）の王道を見事になぞった傑作になるだろう。この恐るべき〝したたかさ〟と、これに裏打ちされた無双のパブリッシング力こそＭＳの真骨頂なのだ。

『ねずみくす』が異色に映るのは、Ｘｂｏｘらしからぬ極端なライトさだけが原因ではない。ＭＳが安定のレールから外れ、自ら真新しいレールを敷こうとしたからだ。そのレールとは、コンソールゲーム市場というレール、日本市場というレール、ライトユーザーというレール。そしてなにより、過去の何者にも似ていない『ねずみくす』というレールである。それは非常に戦略的な理由からであり、おまけに結果的にでき上がったものは不恰好で、決して褒められたデキではない。しかし確かに意欲的ではあった。

ただし現時点では、手放しに「意欲作」と評価することはできない。本作品はロンチタイトルであるにもかかわらず、非常に「Ｘｂｏｘらしくない」作品だ。もしもＭＳの目論見通り、このゲームを遊んで「Ｘｂｏｘってかわいくって簡単で最高！」などと感動してしまうユーザーがいたとして、次に彼らが遊ぶべきタイトルをＭＳは用意できるのか。『ねずみくす』は、「Ｘｂｏｘ」から敢えて距離をおいて敷かれたまったく別のレールである。彼らを満足させ得るタイトルを定期的に供給するか、もしくはやさしく「Ｘｂｏｘ」のレールまで導くか。このどちらかが成って、はじめて本作品は「意欲作」であったと呼ばれ得るのだろう。

PROFILE

池谷勇人（いけや・はやと）

ゲーム業界紙編集者。つい辛口になってしまったのは愛あるがゆえ。予約購入したXboxをわざわざ返品し、日本限定Special Editionを再購入。おかげでコンポーネントAVパック、余ってます。

関連作品

『Age of Empire』（SLG）

メーカー：マイクロソフト／機種：Win95&98／価格：6,800円／発売日：'97年12月19日

これぞMSの真骨頂！『ウォークラフト』や『コマンドアンドコンカー』が敷いたレールを丁寧になぞり、今やストラテジを代表する定番シリーズに。

斬　歌舞伎　4

ジャンル：格闘ACG／メーカー：元気／
機種：Xbox／価格：6,800円／
発売日：2002年2月28日

RD　プレイ時間：9時間

傾(かぶ)くことができないのであれば、イロモノという事実しか残らない

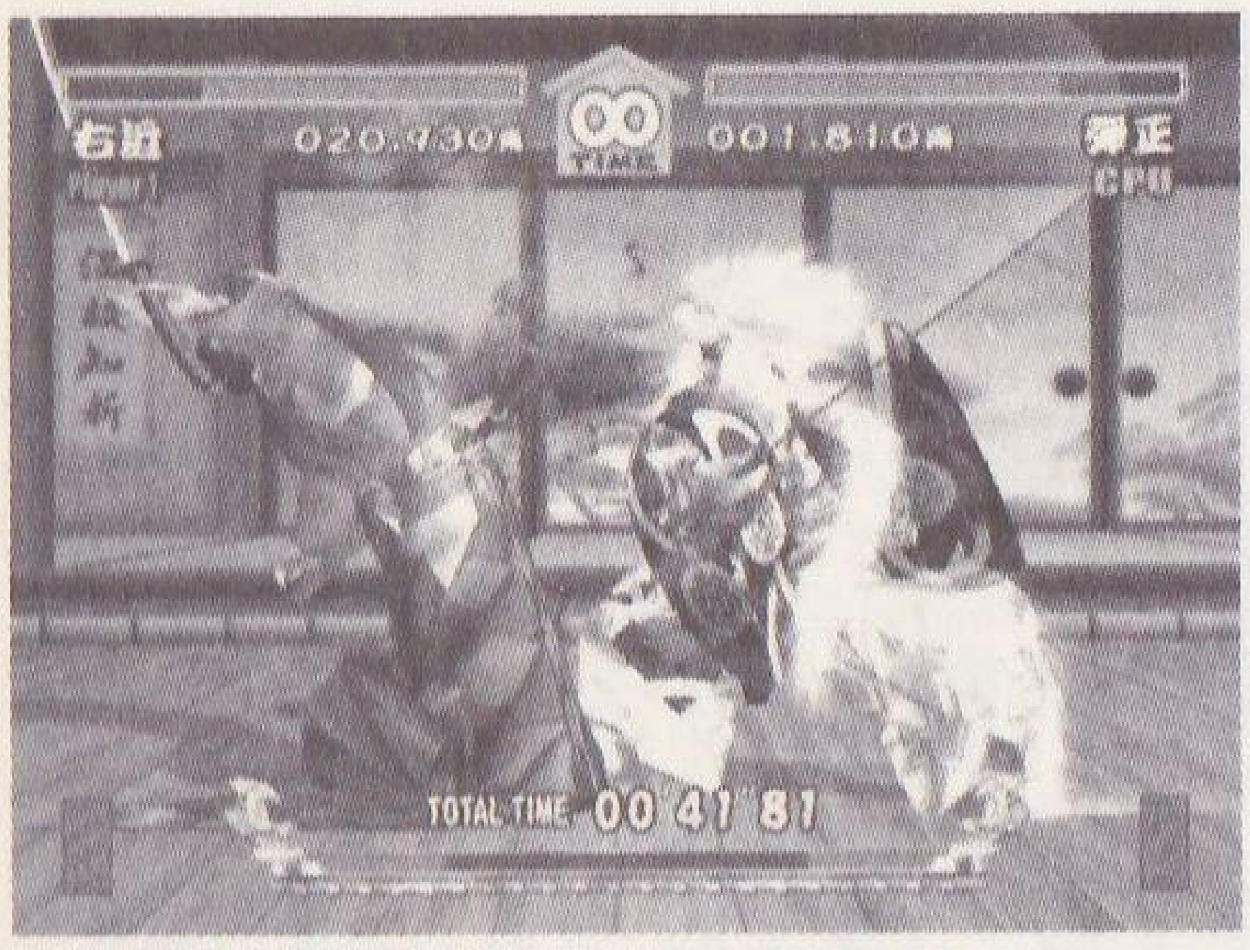
どっちつかずの〝遊べるだけ〟の格闘ゲームを期待していたのではない。欲しかったのは脳髄を直撃するような新しさである。



格ゲーとしての出来は今一つ

うぉぉぉ！　自腹でXbox買っちまったぜぇぇぇッ!!　これでメリケンどもの血みどろ破壊暴走大殺戮ゲームがズンボロズンボロ遊び放題なんじゃよ〜。なんせ「アドレナリンブースター」なんてキャッチコピーがついてるくらいだからな！（忘れたとは言わせん）そりゃあもう、Xboxの電源を入れた3秒後にはいきなり脳内麻薬が過剰に放出され、意識が戻った時には鉄格子のついた病院のベッドに縛り付けられていた、というくらいドスゲえことが起こるに違いない。

が、しかし、現実にはそんな愉快なことが起こるはずもなく、むしろ気持ちが沈んで世界が灰色に見えるほど超ダウナーな精神状態になってしまった。特にこの『斬歌舞伎』をプレイしていると、妙にうつろな気分になる。



3Dだが、システム的には2Dを踏襲している。

本作は、歌舞伎とチャンバラを融合させた対戦格闘ゲームである。歌舞伎役者同士が舞台上で刀を交えると同時に、その動きのかっこよさや技の派手さに応じて、観客からおひねりをもらうことができるという、一風変わったシステムを採用している。

こう書くと何やら前衛的な雰囲気が漂ってくるが、格闘ゲームとしての出来はあまり褒められたものではない。

本作には前転やジャンプはあるが、軸移動や避けといった小賢しい概念はない。3Dグラフィックでありながら、システム的には2Dのままである。おそらく、つばぜり合いをゲームの主軸にしたいという考えからこのようなシステムを採用したのだろうが、遊んでみるとあまり楽しくない。

まず第一に、操作のレスポンスが悪いのがいただけない。まるでPS初期の3D格闘ゲームのように、攻撃のタイミングがワンテンポ遅れてしまう。これだけでかなりの減点だ。

そして、攻撃のバリエーションがいまいち少ないのも問題があるだろう。一応、相手の防御をいかに弾くかという駆け引きの要素はあるのだが、技数が少なすぎて読み合いを楽しむレベルに至っていないのは残念だ。

もっとも、そういったゲームと

しての欠点など、はっきり言ってどうでもいい。ぶっちゃけた話、誰も『斬 歌舞伎』にゲーム性など求めていない。このゲームを手に取った人々は、もっと別なものを期待していたはずだ。

傾き者であってほしかった

歌舞伎。それは日本の伝統芸能であり、日本の心であり、すなわちマインド・オブ・ゼンだ（何を言ってるんだ）。しかしいきなり歌舞伎と言われても、本物の歌舞伎座公演などではなく、「カブキロックス」や「カブキマン」といった歌舞伎の伝統を金属バットで叩き壊したような、バカな代物ばかりを思い出してしまう。



役者の登場シーンはちょっと凝っているが、種類が少ないのが惜しい。

だが、そういった伝統破壊者こそ、むしろ歌舞伎の本質を突いているのかもしれない。「歌舞伎」の語源である「傾く」という言葉には、常軌を逸した行動をするとか、異様な身なりをするといった意味があった。そもそも歌舞伎が生まれた当時は、並外れて異様で過激な娯楽として庶民の人気を集めていたという。だとすれば、歌舞伎をネタにしてバカをやるのは、むしろある種の必然だと言ってもいいだろう。

だが、本作はバカゲーとしても中途半端だった。

登場キャラの顔は濃いが、動きや技はたいして個性的でもない。「いよっ、○○屋！」というかけ声付きのキャラ登場シーンも使い回しが多く、キャラごとのエンディングもない。正統派の格闘ゲームでも、もうちょっと驚きや笑いどころがあると思うのだが。

歌舞伎であることを意識してか、ゲーム中に〝見得を切る〟というギミックもあるが、これも今一つ存在意義がわからない。見得を切って人気メーターが上がると必殺技が使えるようになるのだが、普通の格闘ゲームで「挑発やタメで必殺技メーターを上げる」のと何が違うのか。リスクの割にはリターンが少ないため、あまり積極的に使おうという気にはなれない。



見得を切っている間は一方的に攻撃されてしまうので、あまり多用できない。

そして何より不可解なのは、歌舞伎座の舞台上で戦っているはずなのに、観客がいないことだ。声は聞こえるし、おひねりも飛んでくるが、観客の姿は一切映らない。見得やおひねりは、観客のリアクションがあってこそ生きるシステムだと思うのだが、それがないのなら舞台の上で戦う必要はないだろう。それどころか舞台上という設定のため、背景が単なる書き割りになってしまい、ますますゲームが貧相に見える結果となってしまった。『VF4』や『DOA3』の凝ったステージを見た後だと、本当に泣けてくる。

本当に、どうしてこんな中途半端なまま世に出てしまったのだろう。まともなチャンバラ格闘がやりたいなら、『剣豪』の方を買うに決まっている。『斬 歌舞伎』は、とことん傾いたゲームであってほしかった。傾いて傾いて傾きまくれば、そこに新たな価値が生まれたかもしれないのに……。

PROFILE

RD（あーるでぃー）

アップとダウンの差がやけに激しい病的フリーライター。『ブシドーブレード』をやると、毎回「武士道に背く卑怯者」と言われてゲームオーバーになっていた。それはそれで馬鹿らしくも楽しかったのだが。

関連作品

剣豪（ACG）

メーカー：元気／機種：PS2／価格：6,800円／発売日：2000年12月14日

どこまでも“侍”の様式美にこだわったソフト。「型」によって広がった戦闘システムも良いバランスだった。

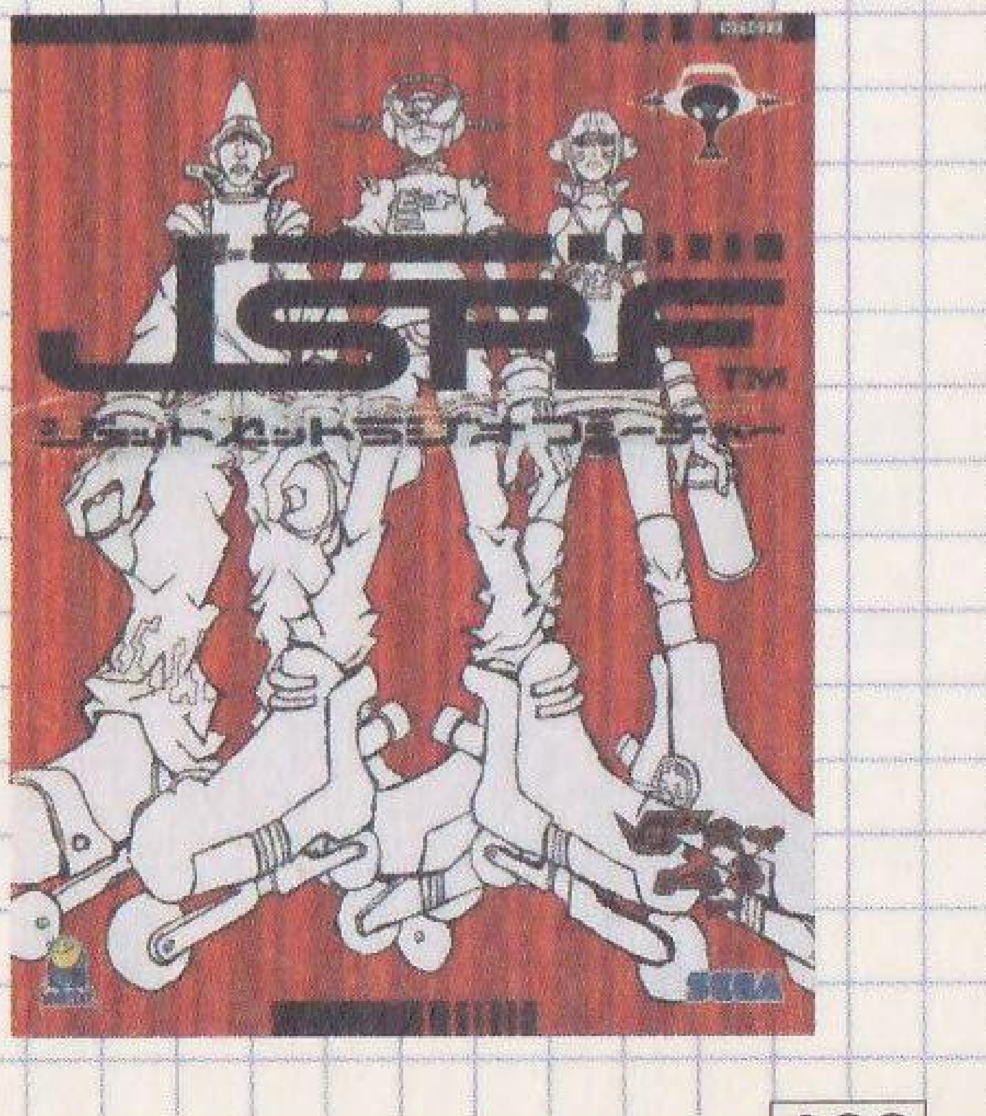
ジェットセットラジオフューチャー 5

ジャンル：ACG／メーカー：セガ／機種：Xbox／価格：6,800円／発売日：2002年2月22日

ハービー吉村 プレイ時間：12時間

『JSRF』は楽しいゲームである Xboxで発売されたソフトでもある……

間口が広がったと取るか、難易度が低くなったと取るかはプレイヤー次第。ただし、確実に〝楽しく〟はなっているのだ



作られた擬似空間で滑りまくれ!!

Xboxを買った人なら分かるだろうが、買ってない人もたくさんいると思うので、敢えて言うがアレはデカイだけでなく、スゴ～ク重いから覚悟するように。

何しろ渋谷の量販店で購入したあと、自宅までの道程で何度そのまま捨てようかと思ったことか。家に帰って調べてみると、ナント本体重量3・85kgっていうんだから付属品と箱を加えると4kgを越す重さ。今どきビデオデッキだってその半分ぐらいの重さだろうに。

開けてみてビックリすることがもうひとつ。コントローラがこれまたメチャクチャ重いのだ。まぁマイクロソフトのコントローラが重いのは昨日今日始まったコトではないのだが（Ex：PC用のサイドワインダー）、これはこれで利点があるので、後述する。

それにしてもPS2の1・5倍、GCに較べたら4倍はあろうかという大きさは、アメリカ製品とはいっても、やりすぎではないのか？　ウチのゲームラックに入りきらないんですケド。

というようなXboxインプレッションはさておき『ジェットセットラジオフューチャー』（以下『JSRF』）は、DCで発売されたゲームのリメイク版である。DC版は宣伝のわりに売れなかったソフトとして記憶されている。

ゲーム内容は、疑似的に作られた「トーキョー」の街をインラインスケートで滑りまくり、スプレーでグラフィティを描きまくるというモノ。

ゲームとしてのジャンル的には『ソニック・アドベンチャー』に非常に近いが、使用するインラインスケートが電柱を駆け上がったり、電線を伝わったりできるので、フィールド内をより立体的に使うことができ、そのぶん行動に自由度が高いゲームとなっている。

何よりも特徴的なのは、3Dで作られた街が、現実的というよりも映画のセットを再現したような作りになっていることだろう。まるで「ラーメン博物館」の地下に作られた街のように丹念に作られた疑似的空間は、リアルに作られた画面よりも、ゲームを遊ぶ上では楽しいものとなっているのだ。

前作が売れなかった理由は、DC用ソフトだったというのが最大の原因ではあるが、操作性にかなりの熟練が必要なほど難易度が高く、自由度が高いあまり、プレイヤーが何をしたらイイのかが、わかりづらかったことも理由のひとつなのだろう。

リメイク版の『JSRF』はコントローラのコンフィグを変えることで、その操作性を飛躍的に向上させている。その上で、フラグ立

てをキッチリさせることによって、プレイヤーが迷うことなくゲームを進めることができる。前作をプレイした人には、難易度が下がったように感じられるだろう。

しかし、操作性に関しては『JSRF』をプレイすれば、前作のコンフィグは理不尽なモノに感じるだろうし、街の作り込み具合も『JSRF』の方がキッチリと仕上がっている。何よりもプレイしていて『JSRF』の方が楽しいゲームになっているのだ。

同じテーマで同じコンセプトのゲームをここまでリファインしたセガに拍手を送りたいが、このソフトがXbox用ソフトだということが少し残念ではある。

DC用ソフトからXbox用ソフトに移行するに当たってセガが目指したのは、たぶん、より多くの人間に楽しんでもらえるソフトなのだろう。前作の失敗を繰り返さないために、『JSRF』は非常に分かりやすいゲームになっていることは確かだが、そのために前作が持っていたある種の「雰囲気」が消えてしまったような気もする。

前作の持っていたある種の「雰囲気」とは「『ジェットセットラジオ』は新しいゲームなんだ」という雰囲気のことである。残念ながら『JSRF』をプレイしていても「その先に何があるのか」という期待感はない。あまりにも慣れ親しんだゲーム文法によって作りかえられたゲームだからである。

『JSRF』をプレイしていると、まるで『クラッシュバンディクー』をやっているような気分になってしまう。楽しいことは楽しいのだが、そこにSomething Newは何もないからだ。というのは少し厳しすぎる批評だろうか。


独特のグラフィックの前作からパワーアップ。

マイナスポイントと意外なプラスポイント

『JSRF』のソフト自体の問題ではなく、Xboxの仕様の問題なのかもしれないが、ゲーム中にたびたび、コマ落ちする現象があった（画面内に多数のキャラクターが登場して入り乱れると、キャラクターの動きがまるでスローモーションのようになってしまう現象。クロック落ちともいう）。

CPUの計算が間に合わなくてそういう現象が起こるのであろうが、問題なのは一回コマ落ちするとしばらくその状態が続いてしまうことだろう。今現在のライバルゲームマシンであるPS2やGCには、ほとんど現れない現象であることを考えると、やはりマイクロソフトが初めて作ったゲームマシンだからなのだろうか。

Xboxソフトの制作ノウハウが確立されれば解決される問題なのかもしれないが、グラフィックを売り物にしている以上、致命的な欠陥になりうるコトをマイクロソフトは考えるべきだろう。

最後に、Xboxのコントローラが重いということは前述したが、そのコントローラが重いことによって、ボタンを押したりレバーを動かしたりする操作感が非常に良くなっている。

始めは「何でこのコントローラはこんなに重いのだろうか？」と思っていたのだが、長時間プレイしていると、その使用感の良さにビックリすることになる。

マイクロソフトが狙ってそういうコントローラを作ったのかどうかは定かではないが、今までのゲームマシンのコントローラの中では、明らかにベストの使用感を実現していることは確かだと思う。そのことについては、拍手喝采を送ろう。

PROFILE
ハービー吉村（はーびー・よしむら）
最近、Xboxについての話題が多いが、その大多数の意見は「Xboxはダメだ」ということらしい。でもボクとしてはコンシューマ・ゲームマシンのプラットフォームは多いほうがイイに決まってると思うのだがねえ。

関連作品
ジェットセットラジオ（ACG）
メーカー：セガ／機種：DC／価格：5,800円／発売日：2000年6月29日
DC版の『ジェットセットラジオ』はXbox版とは明らかに違うゲームだと思った方がイイ。操作性も違うし、難易度もかなり高い。それゆえ、いまだに熱狂的ファンも多い。

いただきストリート3
億万長者にしてあげる!～家庭教師つき!～

6

ジャンル：ETC／メーカー：エニックス／
機種：PS2／価格：6,800円／
発売日：2002年2月28日

卯月鮎　プレイ時間：50時間

過去形にならないために止まれないトップランナー

良質なボードゲームが時代を越えて愛されるように、『いたスト』はハード進化の波を変わらずに乗り切ってきた。

ボードに凝縮された果てしない世界

わずか数十センチ四方のボードに、無限の世界が詰まっている。それがボードゲーム最大の魅力。将棋であれば合戦模様、モノポリーなら経済活動、人生ゲームは人生。途方もなく大きな物事を、凝縮して再現している。そんな題材のすくい取り方もすごいが、ひとつとして同じにはならない果てしない物語にも惹き付けられる。常にスタートラインは同じ。ボード上はまっさらだ。にもかかわらず、終わってみれば一度きりのドラマが生まれる。自分の決断、対戦相手の出方、サイコロなどによる運の要素……まるで分岐と選択肢が連なる迷宮に迷い込んでしまったかのよう。盤を開く瞬間、プレイヤーはその世界にすっと取り込まれてしまう。

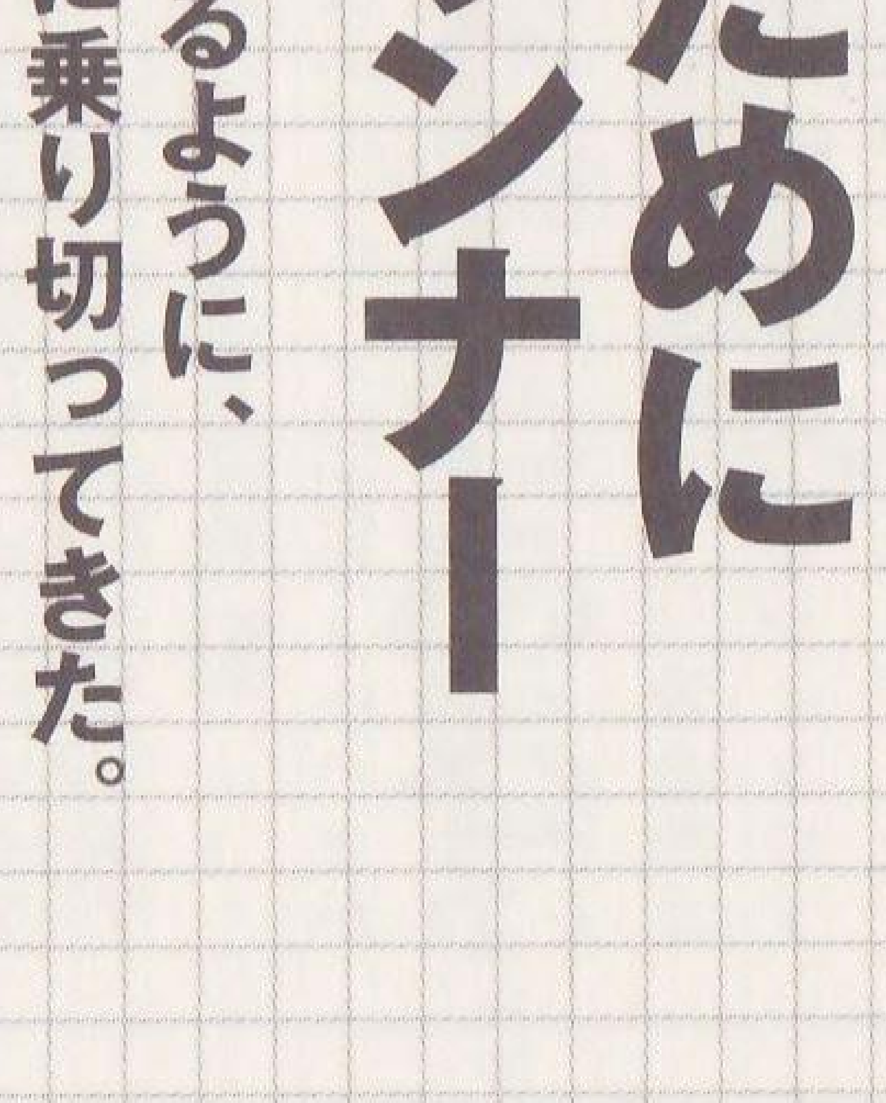
このボードゲームのエッセンスを、コンピュータの力を借りてさらに高めたのが『いただきストリート』(以下『いたスト』)だ。随時価格が変動する株、独占により上限があがる増資枠といったTVゲームならではの概念は、非常に斬新だった。また、目標金額を設定したのも大きなポイント。どこまで株を貯め、いつ増資するか、仕掛けのタイミングを見極めなければならない。目標金額間際には、10株売りや買い物料目当ての一点集中増資など、各種のテクニックも必要になる。モノポリー系のボードゲームではダレがちな終盤が一転、もっとも重要な攻防の舞台となった。

また、TVゲームならではの簡便性も忘れてはいけない。わざわざ紙幣を配り、コマを探し、カードを揃えなくてもいい。ボードゲーム特有の手触りや、まるで鍋を囲むような親密なやりとりは失われはしたが、この手軽さはそれを補ってあまりある。

『いたスト』の魅力が〝TVボードゲーム〟というジャンルを生んだといっても決して言い過ぎではないだろう。世界を体現した盤面はいつしかモニタの中に引き込まれてしまった。

本質的楽しさに比べ見劣りする周辺部分

そして、都合4作目となるPS2版が登場する。ハードは移り変わっても、面白さの本質は未だに揺るがない。今回は、NPCがかなり強くなり、対人戦の激しい競り合いが、ある程度1人プレイでも再現されるようになった。また、中心となるトーナメントモードも充実し、遊び続けるモチベーションには事欠かない。とにかく核となる部分はもう完成しきっている。だから、その面白さを風化させないように、そのときどきで最も遊びやすいハードで出されることに意義がある。まだ充分楽しめるソ



フトが、ハードの進化により、過去の遺物として扱われることは多い。商品という側面上しかたがないことだが、触れる機会すら失われかねない現状は、作品として考えると危うい。さまざまな解決方法が考えられるが、現状ではメーカーが責任と信念を持ってその面白さを伝えていくやり方が一番すっきりするのではないか。その点で、異なるハードで一作ずつリリースされてきた『いたスト』は評価できる。

ただ、そうはいっても、不満がないわけではない。やはりTVボードゲームのトップを走るブランドソフトとしては、本編以外の部分で、改良できるところはどんどん変えていって欲しい。たとえばゲームに入るまでのロード時間の長さ。マップとキャラが3D化したことの影響によると思われるが、メリットよりもデメリットの方が目立つ。少なくともマップはもう少し見やすくても良かったのではないか。TVボードゲームの簡便性が損なわれている印象だ。

また、今回は敵キャラが新しいものに変わったが、そのセリフもいまひとつ深みがない上にテンポの悪さが気にかかる。セリフの出し方は初代と変わらず、顔ウィンドウの下に言葉が出て、ボタンを押すと進むというもの。マップやキャラの3D化の前に、こちらの方が改良の余地があった気もする。ボイスの演出という手もあるし、リアルタイムでテロップを出してもいい。そうすれば、もう少しキャラを立たせることもできたろう。単なる数合わせ以上にNPCが存在感を持つことが、いいTVボードゲームの条件なのだから。

それから、2種類のおまけモードもうひとつのデキ。まずは、キャラを作ってプレイの仕方を学習させる「育成モード」。発想としては非常に興味深い切り口だが、なにぶん見ているだけなのが辛い。もちろん育成ものに共通する楽しさはあるが、『いたスト』のワンゲームは長いので、かなりの根気を必要とする。変化の度合いも大きくなく、一試合で劇的に行動が変わるというほどでもない。作ったキャラは対戦したり他人と交換したりすることができるので、今後の可能性は見えるものの、充分に練れていない印象だ。

もうひとつの「いたストクエストモード」は、「マークをすべて集めて一番最初にバンクへ戻ってくる」「すべてのマスを独占している状態で、10ターン以内にクリア」など、数々のミッションをこなしていくというもの。こちらの方向性も、でき上がってしまっている本編をアレンジして新しい面白さを生み出そうとする意図は分かる。が、詰めの甘さが目立つ。1人プレイ専用にもかかわらず、NPC自体が、ルールと目的を理解しておらず、わけの分からない行動を取るのが致命的。また「条件が異なる12の難関シナリオが勢ぞろい」と書いてあるが、似たようなルールも多く、それらが違う楽しさを提案しているとも言い難い。クリアしたときのおまけなのだから、ボードゲームファンをうならせるようなデキであって欲しかったと思うのは贅沢か。

『いたスト』は未だに思考系ボードゲームの先頭集団にいる。ジャンルを牽引するためにも、そしてボードを吸収してしまった責任を果たすためにも、求められるハードルは高い。いつしか他のゲームが『いたスト』を抜き去り、はるか遠くを走る日がくるまで。



雑誌の「家庭教師のトライ」とのコラボ広告が目を引いた。中央の男性キャラは、家庭教師の男版。

PROFILE

卯月鮎（うづき・あゆ）

ライター。小さなおもちゃ屋のワゴンで日焼けしていたボードゲーム。「クイズ100人に聞きました」「ちゅうかなぱいぱい」「億万長者ゲーム」。500円だが買うべきか。ちなみに「モンスターメーカー」は定価。

関連作品

モノポリー（ボードゲーム）

1929年の大恐慌時に、アメリカで失業したチャールズ・ダロウが作成したとされる経営ボードゲーム。1935年に製品化されたのち、世界中で発売され、大きな影響を与えた。

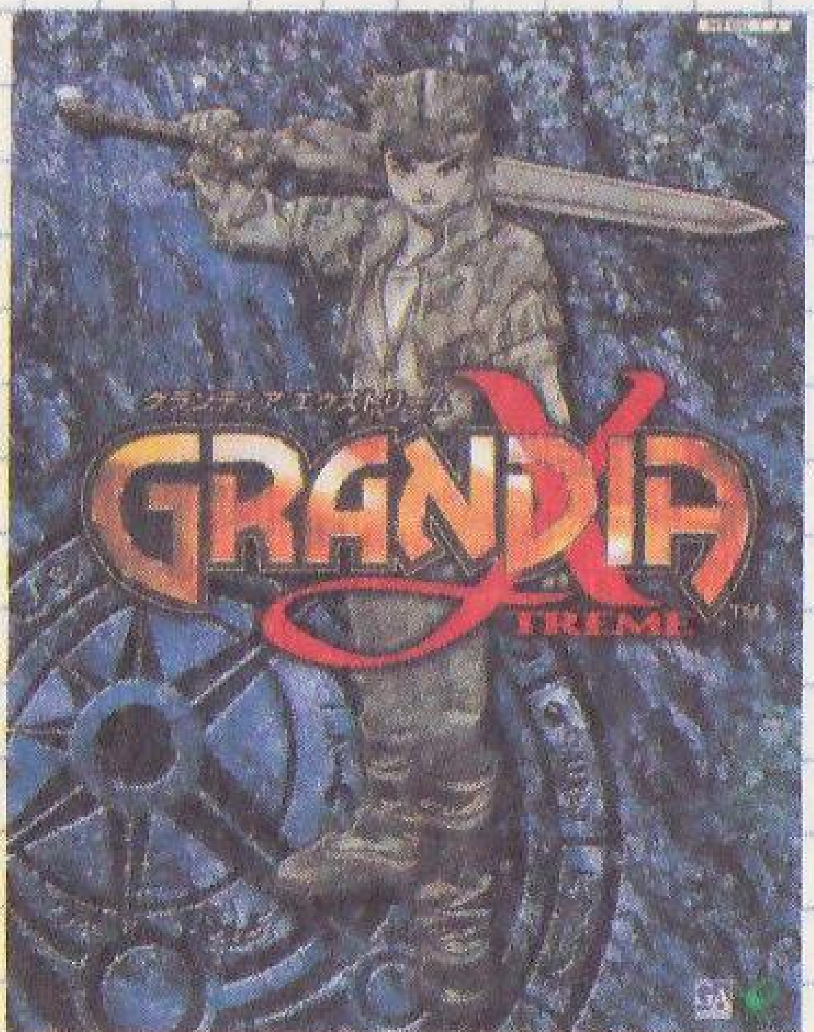
グランディア エクストリーム　7

ジャンル：RPG／メーカー：エニックス／
機種：PS2／価格：7,800円／
発売日：2002年1月31日

天野譲二　プレイ時間：115時間

変化さえも〝過程〟なのだ『グランディア』に願うのは、〝理想〟なのである

変わったのは発売ハードだけではない。『グランディア』ファンは『エクストリーム』をどう見るのか



変わりゆく『グランディア』

異民族アルカダとの紛争が一段落したものの、「精霊暴走」による災害に社会不安が絶えないノーチス国。ジオゲートと呼ばれる転送空間を作ることができる地導士・エヴァンは、軍隊のエリートで幼なじみのクロイツ中佐に無理矢理ロッカの村に連行され、精霊暴走を止めるため、周辺の地下遺跡を探索させられる羽目になる。そこには、同じ目的で、ノーチス軍やアルカダから数人の男女が集められていた。エヴァンは彼らの中からメンバーを決め、ダンジョンと化した遺跡に向かう……。このストーリーからも分かるように、『グランディア　エクストリーム』（以下『エクストリーム』）は従来の『グランディア』シリーズとは毛色の違う作品である。

古代文明のテクノロジーとそれを狙う人間、両者に翻弄される主人公と世界中の人々……。『グランディア』のエッセンスは確かに残されている。しかし過去の2作品のように、世界の果てにある真実を掴むために探索を続けるという、ゲーム内に構築された世界の広さと旅情は皆無である。村や町は、2ヶ所のみ。後はひたすらダンジョンに潜るのみであり、本作はグランディアの看板を掲げながら、従来のストーリー重視のRPGから『不思議なダンジョン』シリーズや『神機世界エヴォリューション』を意識したゲームシステムに移行している。

これにともない、各種システム面も変更されている。



一度ダンジョンに潜ると、長時間セーブできない。寝る前にちょっと、というプレイができないのはつらい。

まず、『エクストリーム』では各キャラクターが任意のスキルブックとスキルを装備するシステムになっている。スキルは取り外して売り払い、アイテムと交換することが可能。スキルが武器や防具のように、アイテムとしての意味合いが強くなっている。

マナエッグと魔法はさらにその傾向が強くなっている。マナエッグの装備いかんで使える魔法が決まってくる点は従来と同様だが、『エクストリーム』には、経験を重ねることによって魔法を成長または取得するという概念はない。マナエッグ固有の魔法は最初からすべて使えるが、上級魔法を使うには、マナエッグを合成して上級

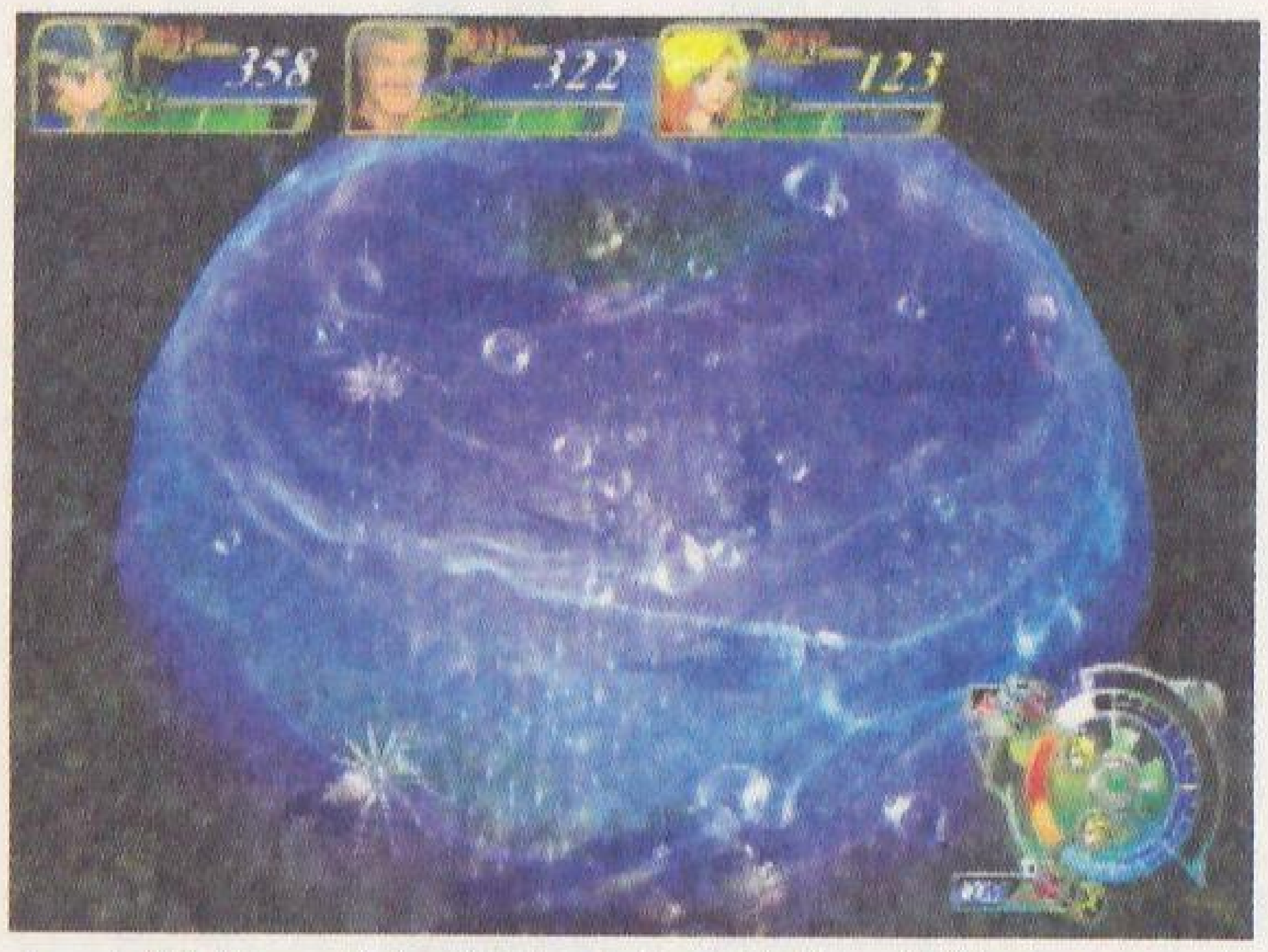
のマナエッグを作成しなければならない。つまりいくらキャラクターがレベルアップしても、マナエッグの入手と合成を怠ればろくな魔法は使えないし、逆に気合いを入れれば低レベルでも強力な魔法を使えるわけだ。上位魔法と下位魔法の併存が難しいという点を除けば、これらのシステムは、非常に合理的で使いやすい。

長く遊ぶからこそ気になる不親切さ

しかしゲームシステムを変更し、アイテム指向となった『エクストリーム』は、残念ながら転身がうまくいったとは言い難い。

まず気が付くのが、ダンジョン内の移動のビジュアルだ。従来のシリーズはトップビュー方式で、キャラクターが小さい半面、視野が広かった。『エクストリーム』はキャラクターを背後からカメラが追う視点に変わりビジュアル的に強化されたが、カメラがキャラクターの動きに追随しきれず、S字型に移動すると、画面が壁に覆われたりする。また、視野が狭まったために（ダンジョン中心の設定がそれを助長している）、結局画面左下のレーダーに視点が集中しがちである。さらにアイテムや敵があると反応する、画面右下の「エクストリームゲージ」もあり、視線が分散されて落ち着かない。

加えて戦闘である。『グランディア』シリーズの戦闘は駆け引きの応酬が楽しめる半面、戦闘にかかる時間が長くなりがちである。従来のシリーズはストーリー重視の作品であったために、多様なフィールド面やデモ&ムービーとのバランスが取れ、プレイにメリハリを持てた。しかし本作は戦闘を延々繰り返すゲームシステムとなったため、前述の戦闘時間の長さがかなりの負担に感じられた（それでも従来に比べれば、一つの戦闘が短くなるようにシェイプアップされてはいるのだが）。



セーブやロードなどのアクセス時間、魔法のエフェクトなどは短くなり、この点では快適なのだが……。

このように感じさせた最大の原因は、自由にセーブできないシステムである。本作のセーブポイントはロッカの村にしかない。つまりダンジョンから戻らないとセーブできないのだが、村に移動するジオゲートは特定の場所にしか登場せず、ひどいときにはボス戦の後にしか登場しなかったりする。ゲーム内の老婆が「危ないと思ったら　すぐにもどってらっしゃい」なんて言ってくれるが、戻れないんだよ！　数時間もノーセーブで延々戦闘を続け、ボスキャラに叩きのめされて起動画面に戻されるというのは、ラスボス前でもセーブと全回復が可能なポイントが用意され、引き返すことも可能だった従来のシリーズ作品とは打って変わった不親切ぶりである。

一度に持てるアイテムの最大個数が少な目だとか、マナエッグの合成が分かりづらいとか、アイテム重視のゲームにするならば、改善すべき点も多い。

ちなみに本作はファーストプレイをクリアすると、各種要素が追加され、俄然厚みが増して面白くなってくる。しかし前述の不親切さが重すぎて、アイテムRPGとして気軽なプレイ、繰り返しプレイをするのはつらい。

コンシューマのRPGとしては相当の自由度を有した本作だが、それが『グランディア』というゲームと融合したとは言い難い。その理想形は、いつか出るであろう『Ⅲ』で結実するのであろうか？　まだまだ『グランディア』の冒険は始まったばかりなのだ。

PROFILE

天野譲二（あまの・じょうじ）

何だかんだいいつつ、100時間以上プレイしていたのだから、楽しんではいたのかも。単行本「電子遊戯鬼畜道」が発売中。詳細はhttp://www.tky.3web.ne.jp/~omegaman/で。

関連作品

グランディアⅡ（RPG）

メーカー：セガ／機種DC／価格：6,800円／発売日：2000年8月3日

重厚長大な一作目に比して、挫折なく最後まで行けるRPG。「Ⅱ」→「Ⅰ」→「デジタルミュージアム」→「パラレルトリッパーズ」とプレイするのが最善の道か？

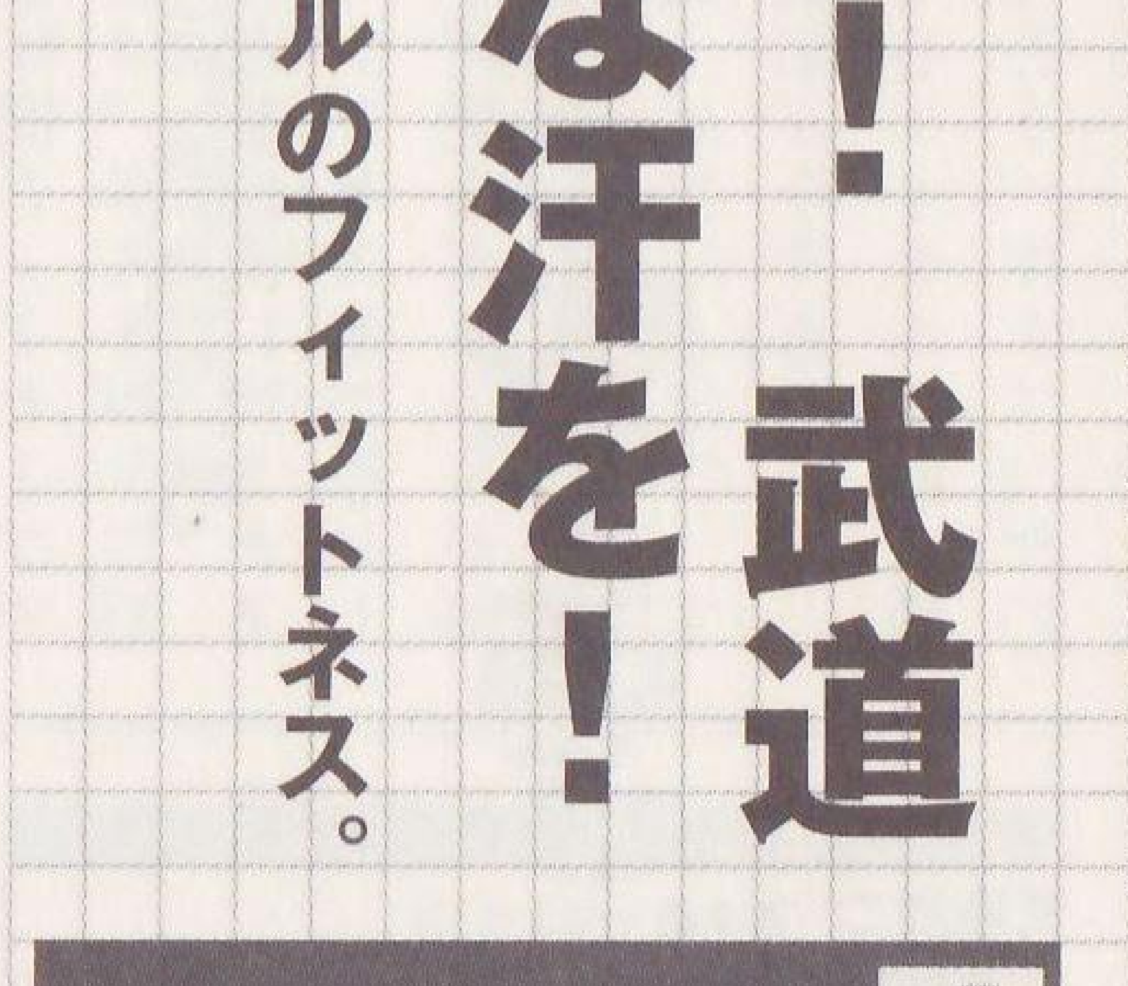
マーシャルビート　8

ジャンル：ACG／メーカー：コナミ／
機種：PS／価格：／12,800円
発売日：2002年2月7日

米光一成　プレイ時間：18時間

大きく回して頚動脈ッ！　武道フィットネスで爽やかな汗を！

四肢装着型専用コントローラを使った武道スタイルのフィットネス。遊びすぎの筋肉痛には注意ッ！



たんなるエアロビでなく武道系ってのが燃える！

いやしかし、ゲームもここまで進化したもんだなぁと感嘆しているのである。テレビ画面の前に座り込んで徹夜でプレイ、近眼になるじゃろが！　と親に怒られたのは遠い昔。

『マーシャルビート』だ。画面の前で座り込んでいてはダメ。キックだパンチだ、動きまくれッという遊戯。テレビゲームをやって、翌日、筋肉痛になるとは！　そんな時代がこんなにはやく到来するとは！　というのが、ともかく驚きである。

まぁ『ビート・マニア』などの音ゲーや、『ファミリートレーナー』なんてのもあるが、このゲームは、もう完全にフィットネスマシン。汗だく。本棚蹴り上げ、部屋崩壊（実話）。

四肢装着型専用コントローラの動きを、ユニットが感知する。もちろん無線で。音楽にあわせて画面のインストラクターが動く。自分の動きがシンクロすればOKで、手や足から炎がぼおっと出てくる。そういったシステムだ。

たんなるエアロビダンスでないところがツボ。武道系フィットネスなのだ。空手、テコンドー、ボクシングなどの武道を模した動きで、キック、パンチ、波動拳？　な技を出す快感は大きい。

インストラクター自身も魅力的。3DCGではなく、実際のインストラクターのおにーさんとおねーさんが登場で、かっこいい&キュート（松本香寿美おねえたんラブ！）。ひきしまったスタイルと、軽快な動きをみせてくれる。このときの掛け声も魅力。

ジャブジャブアッパー、あとひとりッ！　大きく回してぇ頚動脈！　ボディにアッパー、腹を狙って、ラァァアッシュッ！　狙いは右ッ、正拳8連発ッ！　構えてぇおさえて攻撃、踵落とし、ぴしーッ！　相手の顎を狙って、ジャブジャブクロス！

などと、思わずモノマネしたくなる。体を動かす楽しみを増してくれる。

メインのゲームモードは、「Practice」・「Fitness」・「Attack」の3種類。「Practice」モードは1～2分。曲は、17才、SKY HIGH、ロマンスの神様といったちょっと懐かしい感じ。ターゲットとなる年齢が高めだということで、こういった選曲なのだろうか？

「Attack」モードは、残念ながら対戦格闘を行うわけではない。同じ動きをすれば、敵のLIFEが減り、シンクロしそこなえば自分のLIFEが減るというシステム。

このあたりは、やはり全体的にゲーム作品を追求したものではないことを如実に示している。家庭でできるフィットネスマシンにゲ



おねえさんがやさしく（?）レクチャーしてくれる。

ーム的な味付けをしました、といったような狙いだろう。

フィットネスの専門家ではないので、詳細はわからないが、おもしろく楽しく運動できるのは、良いのではないか。音楽、映像、ゲーム性が、武道フィットネスを楽しく盛り上げる。

運動量も、「Fitness」モード1つやると、軽く汗をかくぐらい。EDITも可能なので、自分に合わせて組めるのもよい。

毎日ちょっとした運動で健康になれますなどとテレビが言うと、ちょっとトライしてみるが、まず3日で飽きて止めてしまう。だが、これなら続ける気になるし、実際、続けてやっているのである。

ゲーム性とフィットネスの融合の難しさ。

やっているうちに、自分の動きを正確に探知しているわけではないことに気づく。どうやら、右手左手右足左足の別は感知しているが、その位置などは明確には理解していないようだ。タイミングにあわせて動いていればOKなのである。だんだん手足をぴくんぴくんと痙攣する全くフィットネスにならぬプレイをしてしまいそうになる。いかん、いかん、またゲーム的に遊んでいるではないか。

いや、他にもいくつか気になる点はあるのだが、そのどれもがゲームとして遊んでいる己が悪いのではないか、とも思う。楽しく健康的にフィットネスだと思っていれば、さして気にならないかもしれないことなのだ。小さいことなんか気にするなよ！　このゲームでさわやかに汗を流した後は、そう思えてくる。

と書きつつ、ちょっとだけ書いてしまう。2つだけ。

その1。タイミングがシビアなため、パンチキックなどの順番を憶えなければ全く歯がたたないのは辛い。完全な暗記ゲーなのである。せめて「右P・左P・左P・右K」といった文字情報を表示して欲しかった（原稿を書いている時点ではまだ出ていないアーケード版はそういった表示があるという噂を聞いた）。

その2。プレイ後に、カロリー表示されるのだが、動きがシンクロした場合にしかカウントされない。だから、いくらドタバタ動いても、タイミングがあってなければ0Kcalになってしまう。初プレイの時など、10Kcalしか消費してないよ！　これだけ動いて、腹筋10回ぶんかッとやる気をそぐことこのうえない。

以上の2点は、ゲーム的な傷というよりも、味付けであるゲーム部分が、フィットネスの楽しさを損ねているかもしれない。

シビアなタイミングなどは、楽しくフィットネスすることに関係ないからだ。というよりも、シビアなタイミングを要求されることは楽しく動くことを阻害している。すこしぐらいタイミング外れてもいいから、気持ちよくドンドン動きましょうというほうが似合っている。

実は、ゲーム性を高めることと、フィットネス性を高めることを融合させるのは簡単ではないかもしれない（「Attack」モード以外ではゲームオーバーにならないのでゲーム的に淋しいと思ったりするのだが、フィットネスしようと思っていれば途中で中断されるなんてのは困るだろう）。

その最初の試みという意味では本作は、素晴らしい。運動不足解消&ストレス発散にぜひ。

PROFILE
米光一成（よねみつ・かずなり）
フリーのゲームデザイナー。っても、なんだかんだいろいろやってるが。毎週水曜日更新のhttp://www.Lv99.comもよろしく。

関連作品
ファミリートレーナーシリーズ1アスレチックワールド（ACG）
メーカー：バンダイ／機種：FC／価格：8,500円／発売日：'86年11月12日
ファミリートレーナー専用ソフト。山、川など5つのコースが選べる。身体を動かすことに関しては本当に疲れるのも本格的。プレイするときは覚悟が必要？

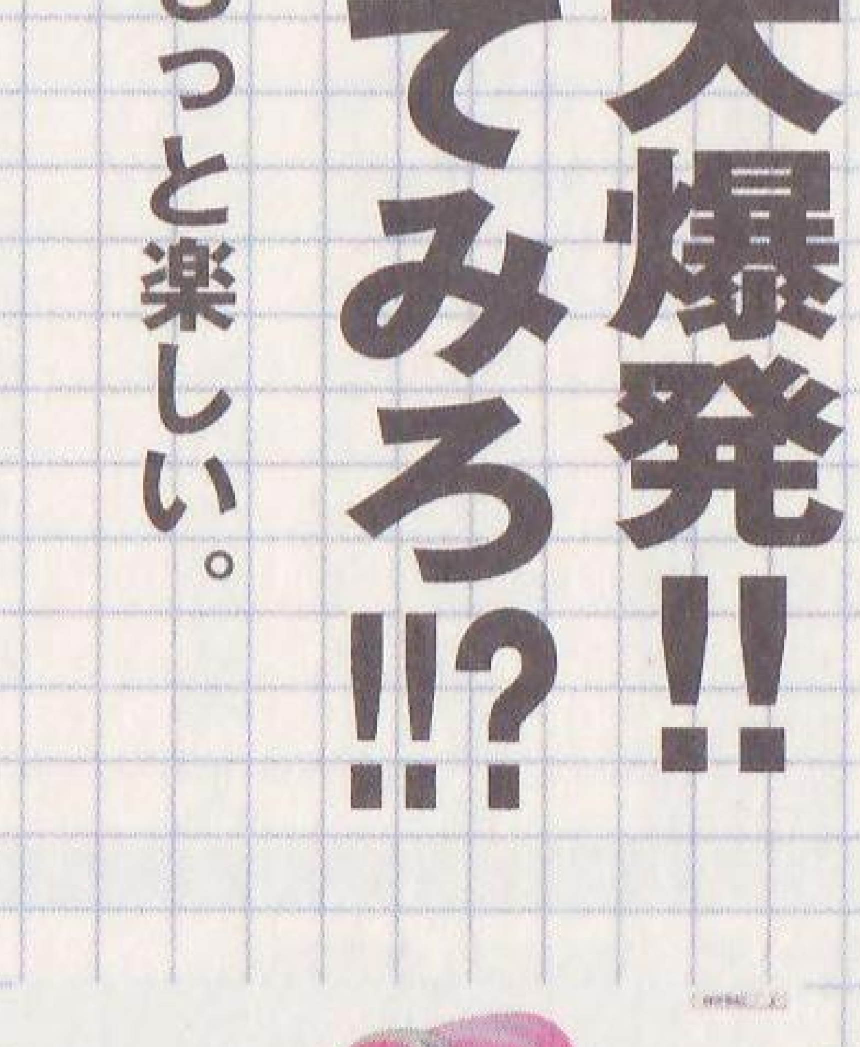
スペースチャンネル5 パート2　9

ジャンル：ミュージカルアクションアドベンチャー／メーカー：セガ／機種：PS2／価格：5,800円／発売日：2002年２月14日

松田剛　プレイ時間：35時間

エンターテインメント魂大爆発!!「バカ」と言うために買ってみろ!!?

見ているだけで楽しそう、そして実際やったらもっと楽しい。ゲームの原点はそこなんじゃないの?



音ゲーのようで音ゲーでない?

『スペースチャンネル5パート2』は、〝ミュージカルアクションアドベンチャー〟（以下〝MAA〟）という部類に入るそうだ。パッケージの裏にもそう書いてある。ジャンルとして呼ぶには抵抗もあるが、個人的にはUGAのこういった遊び心に好感をもっていたりする。同じUGAから11月に発売された『Rez』は〝ミッドナイトハイシューティング〟と銘打たれ、このときもナルホドと唸ったものだ。そして、本作の〝MAA〟にも、コピーとしての秀逸さを感じるのである。



おバカな演出も健在。プレイの合間に入るので、笑える余裕もある。

本作をジャンル分けするならば、広い意味でリズムアクション、いわゆる音ゲーの部類に入れても間違いではないだろう。リズムに合わせてコマンド入力するスタイルは音ゲーのものだし、本作では敵の出題するコマンドを記憶することが、リズム感と同等に重要ではあるものの、これによって音ゲーの範疇から脱却できるというものでもない。システム的に本作から導入された溜めのコマンド（ボタンの長押し）や、楽器演奏パートにしても結局は同じことだ。ユーザーがプレイ中に課せられる行為は、明らかに音ゲーのシステムによるものなのである。

しかし、本作はリズムアクションより〝MAA〟と呼ばれたほうがしっくりくるのはなぜか。音ゲーとして弱いわけではない。曲のデキもテンポのよさも充分通用するものなのだが、強烈すぎる世界観が音ゲーのシステムを凌駕しているからなのである。

前作をプレイしたユーザーならすでに知っていると思うが、そもそも、このゲームの世界観はとことんバカバカしい。銀河の支配を目論む敵と、それを阻止せんとする主人公「うらら」の戦いは基本的に踊りである。踊りで負けた敵はそそくさと退散するし、敵に捕まっていた人々を救出すれば、彼らは踊りながら一緒に行進を始める。ミュージカルやインド映画にも通じる珍妙な世界観である。

ストーリーにしてもそうだ。それまでライバルだった相手と力を合わせラスボスに立ち向かうが、その圧倒的なパワーの前に倒れてしまう主人公。しかし仲間たちの

励ましに突き動かされ、これまでにない力を手に入れつつ復活。最後は人々の心が通い合い、めでたくラスボスを撃破。こんなエンディングを迎えたとき、なんというベタなストーリー展開だと思った。いや、エンディングだけではない。ベタなストーリーはオープニングから続いていて、エンディングの大ベタな展開も予想はついていた。だが、凡百のゲームでは失笑を買うこのベタさ加減も、本作を論じるうえではマイナスにならない。逆に、このバカバカしさとベタな展開を酷評しようものなら、それこそ失笑を買うに相応しい愚行となってしまう。この確信犯的なシュールさが、音ゲーのシステムを凌駕する本作の魅力、エンターテインメント性なのである。

エンターテインメント性の追求

本作のエンターテインメント性にかける意気込みは凄まじいまでのものがある。前作から継承された見た目の華やかさは軽快なモーションとパンチラカットの大幅増によりさらに目を引くものに。くわえて、ストーリーを彩るキャラクターたちの個性がなんとも際立っている。彼らの世間ズレしたすっとんきょうな言動は見ていて飽きないし、コマンド入力の難度が適度に抑えてある（難しいところはとことん難しいが）のでセリフに集中する余裕もある。また、オマケ要素ではあるものの、「ナカマズカン」と呼ばれるコレクションモードもいい。メインキャラクターからゲーム中に救出するワキ役のキャラクターまでいちいちプロフィールが用意されていて、その内容がこれまた非常にシュール。しかもカクシポイント（完全クリアに必要な要素）のヒントがあったり、伝言ゲーム形式で話を聞いていくとアイテムが増えたりするので、少し深く遊ぼうと思ったら確実に通る道になっている。本編はもちろん、それ以外でもエンターテインメント路線を徹底して突っ走ることで、とかく単調短命になりやすい凡百の音ゲーとは一線を画すことができたのである。そして「楽しそうなゲームに見せる」というエンターテインメント性は、ゲームの作り方として新しいように感じるが、実際には原点回帰の手法であることもつけくわえておきたいところだ。

ちなみに発売直前のイベント会場に足を運んだとき、女性の友達同士や親子連れが試遊台につく光景が目についた。流れてくるリズムのよさや見た目の華やかさが楽しそうに映ったのだろう。もちろん〝いかにも〟な男性ユーザーもしっかり確保しているあたり、広い層に好印象を与えていたことがうかがえる。彼らが実際に購入したかどうかは別の話だが、本作のユーザー層拡大の方針は間違っていなかったことを証明していた。『スペースチャンネル5パート2』が見せたエンターテインメント路線には、昨今の冷めた業界事情に一石を投じる可能性を感じるのだ。と、話がやたら大きくなりそうなのでここらへんでお開きにさせていただく。



今作から取り入れられた楽器の“演奏”。だが、基本操作感覚の変更はない。

PROFILE

松田剛（まつだ・つよし）

'74年生まれ。ライター。アメリカのプロレス団体WWFを見てる人っています？　賛否両論のエンターテインメント路線ですが、あのバカバカしさと生真面目さの両立は少し本作に通じるところがあるとか考えたりして。

関連作品

スペースチャンネル5（ETC）

メーカー：セガ／機種：DC／価格：5,800円／発売日：'99年12月16日

発売されると、音ゲーと“ゲーム”の壁を突き破り、純粋なゲームファンに“音”をゲーム化することの楽しさを見せつけた。



侍 ～SAMURAI～ 10

ジャンル：ACG／メーカー：スパイク／
機種：PS2／価格：6,800円／
発売日：2002年2月7日

多根清史　プレイ時間：25時間

『侍』が"自由"の夢から覚めたとき 残されたものは、ブランド力の歪曲化だった

ルールのない"自由"は"混沌"でしかない そして、"混沌"に無理矢理統制を求めたときに矛盾が噴出する



マスメディアに作られた「アクワイアというブランド」

　ブランドは七難隠す。いま作った言葉だが、過去からの連続性と信頼感、それと「信頼してやる」といったパトロン感覚がないまぜになってできるのが「ブランド」だろう。ガリッとか生煮えとかコク味とも塩入れすぎともつかぬこの味がなァ……を丸々受け入れる客とメーカーとの共同"行為"が、工業製品としてのゲームと社会的存在のそれとの間に介在している。

　そこには天然と自覚を揺れ動く振り子っちゅーかですね、あくまで客側の「許す」が抜きがたくある。寄りかかると避けられ、シャキッと自立したら勝手にしろだの、男女の恋愛に似た機微が働いていたりする。

　伝説の怪作『デスクリムゾン』を市場に投げた、あらゆる意味で暴投したエコールが、その続編で天然を手なずけて自覚のコントロール下におこうとした試みは失敗に終わった。打算なり正気が透けて見えると祭り解散、ではブランドではなく台風などの自然現象や隕石の衝突に近い。人智を超えたモノは降っては来ても降らせられず、「一発屋」とはそうした天の気まぐれに振り回される悲喜劇を指してるのだナと。

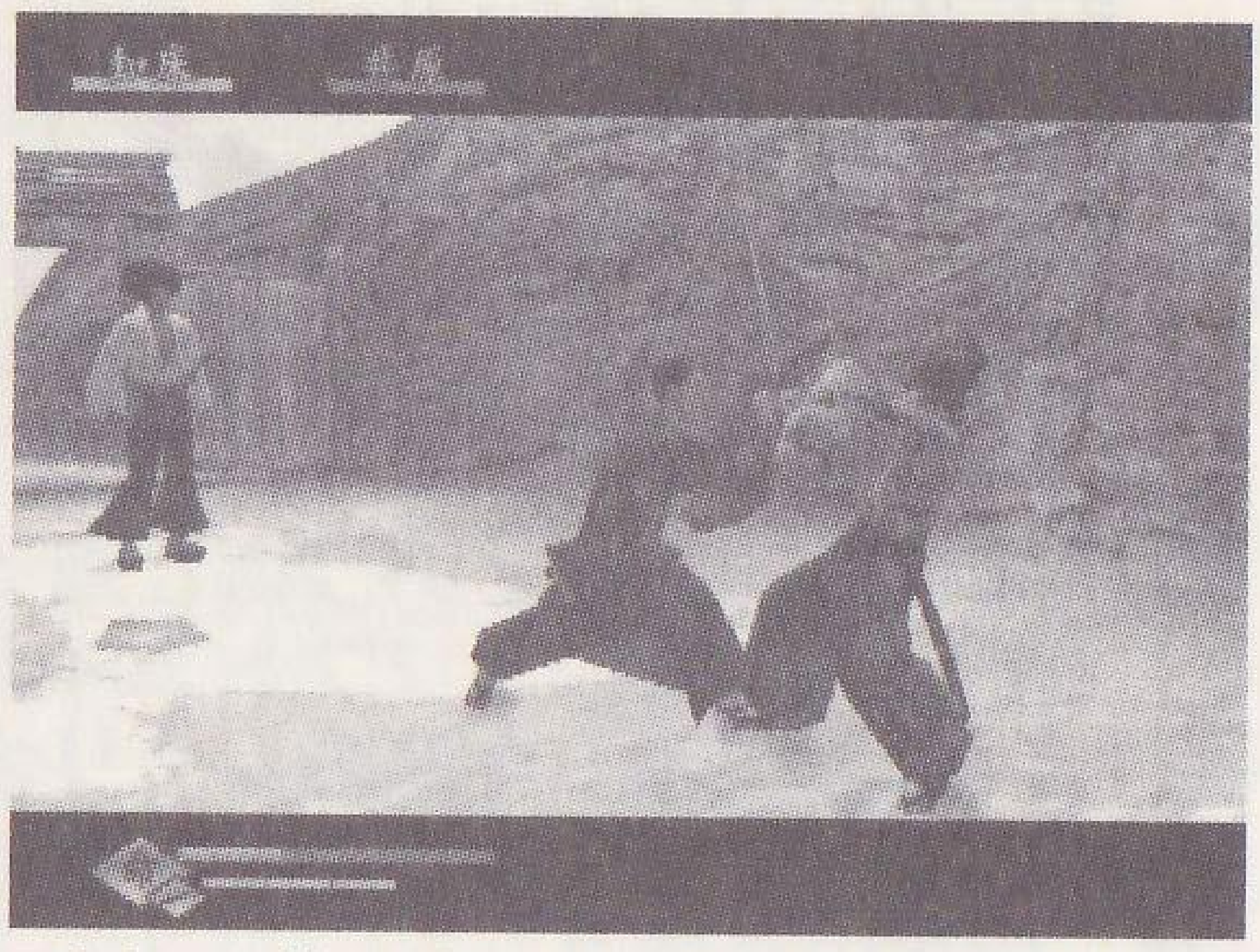
　そして『侍』の場合は「アクワイアというブランド」が先行していた。しかし『天誅』から『天誅弐』まで天誅オンリーのラインナップでは、全くもって足りてない。実証されたのはマイナーチェンジ版を作っていいだけ一作目が売れました、これだとトートロジーだし実質「一発屋」の域を出てやしないのだ。

　順当に『天誅3』へ続行するハズがライセンスを失って開発ストップというアクシデント。大きな危機には違いないが、他方で巨大資本の思わくに翻弄される有望なベンチャー企業――という、広くアピールする「物語」を得たといえる。

　ということで、実際のソフトを一本も宣伝しない意見広告が各ゲーム雑誌を飾って以来、「物語」の車輪は回り始めた。舞台が暗転して衣装を早変わりするように「一発屋」は「ブランド」へと変身を遂げたのだ。

　ここには"トリック"がある。カネもらったら即掲載というほどゲームマスコミは食い詰めてもいなければ（いないんでしょ？）男気に感じ入って一枚乗ったっつーのはメルヘンが過ぎる。

　そこで、浮かび上がるのが【遊星化するゲーム専門誌】という現象だ。4～5年前までは、ゲーム業界の中心点、"太陽"の位置は自明だった。周りをめぐる惑星たちは、太陽の調子がオカシかったら別の太陽に乗り換える「系とし



アクションゲームとしても、やり込む要素は低い。

ての恒常性」が、綱渡り的ながら保たれていたのだ。

それが〝DVDプレイヤー〟PS2によりプラットフォームとゲームの密接がほどかれ、さらにブロードバンド化の波に洗われて「ホームサーバ」の素顔が露出するにつれ、ソフトは主役からハードを売るためのオマケへと転落しつつある。つまり『侍』の露出度が異例に高かった〝トリック〟の正体とは、大手メーカーからの「大本営発表」と引き替えの安定性が望めなくなり、【遊星化】したゲーム専門誌の生き残り戦略の一環だったんじゃないか。

企業体力のなさから来る自由度の不足

『侍』の基本システムは『天誅』シリーズと同じく3D画面の客観視点アクション、から細やかな操作性を取っ払った大味なテイストに仕上がっている。そんなら豪快に立ち回ろうとすると、大技はほとんどガードされて小技をちまちまと当てるのみの神経のすり減らし。時代劇っぽく一度に一人しか攻撃してこない「手番」方式も、対峙していた相手がよろめいて照準が外れると、すぐ後ろの敵が斬るわ蹴るわで約束と違う気がする。

ギミック一つ一つの「やりたかったこと」はよく分かる。『天誅』とカラーを変えるため首締めなど卑怯ワザは削除、でも剣術使いなら「修行」をさせないと、「手番」とはいえ後ろに振り向くまで敵が待ってやるとかえってウソ臭い……その調整がまるで巧くなく、各要素が音を立てて衝突している。気遣いは姑息の隣にあって、その違いは「どれを優先し、どれを劣後させるか」を仕切る決断力だろう。

しかし、残念ながら『侍』には数々の「ためらい傷」が見られるのだ。

そしてPRでしきりに強調されていた「自由度の高さ」というヤツも前評判ほど高くない。時は明治10年、3つの勢力が相争う六骨峠。古い武士の家柄だが今はならず者の集まりに成りはてた「黒生家」、反政府思想を持つ革命組織「吉兆」、そして政府の思惑が渦巻く中で、ふらりと通りかかった主人公の「名無し侍」は長いものに巻かれるのか、それとも健気な少女「すず」を守って戦うのか。

というプロットから連想されるのは、黒澤明監督の映画『用心棒』だが、ここから派生する道筋はざっくり分けて黒生家に付く、吉兆に付く、すずを助けるの3本のみだ。実際にやってみても、他の選択肢もほとんど差はない。かつて、その程度でも「フリーシナリオ」と呼べた時代はあった。しかし、現在における「自由度の高さ」とは、用意したシナリオを全く踏み越えた地平で、延々とカモメを撃ち続けるようなナンセンスを提供するまでに格上げ（?）された。もはや中小メーカーの手が届かない、ばく大な体力が必要な「ぜいたく品」なのである。

そうしたアクワイアの〝スタミナのなさ〟を、『侍』の開発状況をつぶさに見てきたメディアは知っていたハズだ。あえて黙っていたことで、彼らが「ジャーナリスト」ではないと再確認された。だがむしろ、誌面でいくら盛り上げても、一回プレイすれば底が割れるゲームという商品は、今後の【遊星化】したゲームメディアにとって、きわめて扱いの難しい対象だと突きつけられた事態のほうが、相当に深刻であると思うのだ。

PROFILE

多根清史（たね・きよし）

『映画秘宝』に連載決定したフリーライター。月刊化するとは知らなかった……とネタ探しに途方に暮れ中。個人的な感想では『スーパーモンキーボール』が昨年NO.1だったのですが知名度低いっすね。しょぼん。

関連作品

立体忍者活劇　天誅（ACG）

メーカー：SME／機種：PS／価格：5,800円／発売日：'98年2月26日

忍者が闇に潜んで暗殺を実行する。このコンセプトを抜きに『天誅』は語れない。企画力が優良"ゲーム"を生んだ好例。

MISSING PARTS the TANTEI stories

絵で見るゲームソフト批評

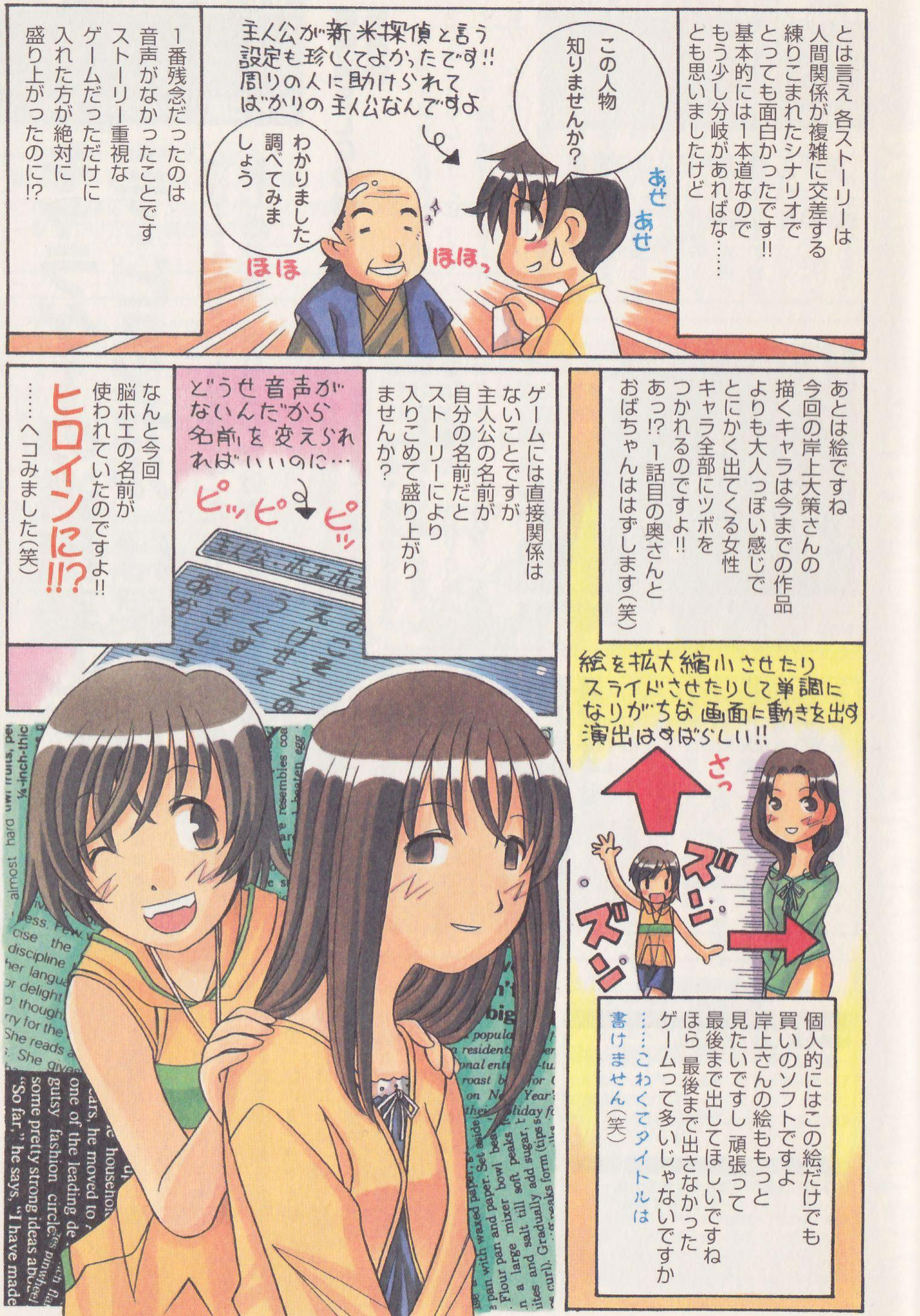
ジャンル：AVG／メーカー：F・O・G／
機種：DC／価格：5,800円／
発売日：2002年1月17日

脳みそホエホエ　プレイ時間：16時間

知る人は必ずというほど知っている“あの”ソフトメーカーの最新作。今回のシナリオは？　そしてグラフィックの出来映えは？







脳みそホエホエ(のうみそほえほえ):最近ゲーム買いすぎのイラストレーター。それどころかフルメタル・パニックのＤＶＤを全巻買うかどうか悩み中。おねがいティーチャーも気になるところ。なんというかダメッぷり大爆発。新ＨＰはhttp://www.ne.jp/asahi/hoe/hoe/でも、何もありません(おいっ)

ラ・ピュセル 光の聖女伝説 12

ジャンル：S・RPG／メーカー：日本一ソフトウェア／機種：PS2／価格：6800円／発売日：2002年1月31日

如月七葉　プレイ時間：71時間

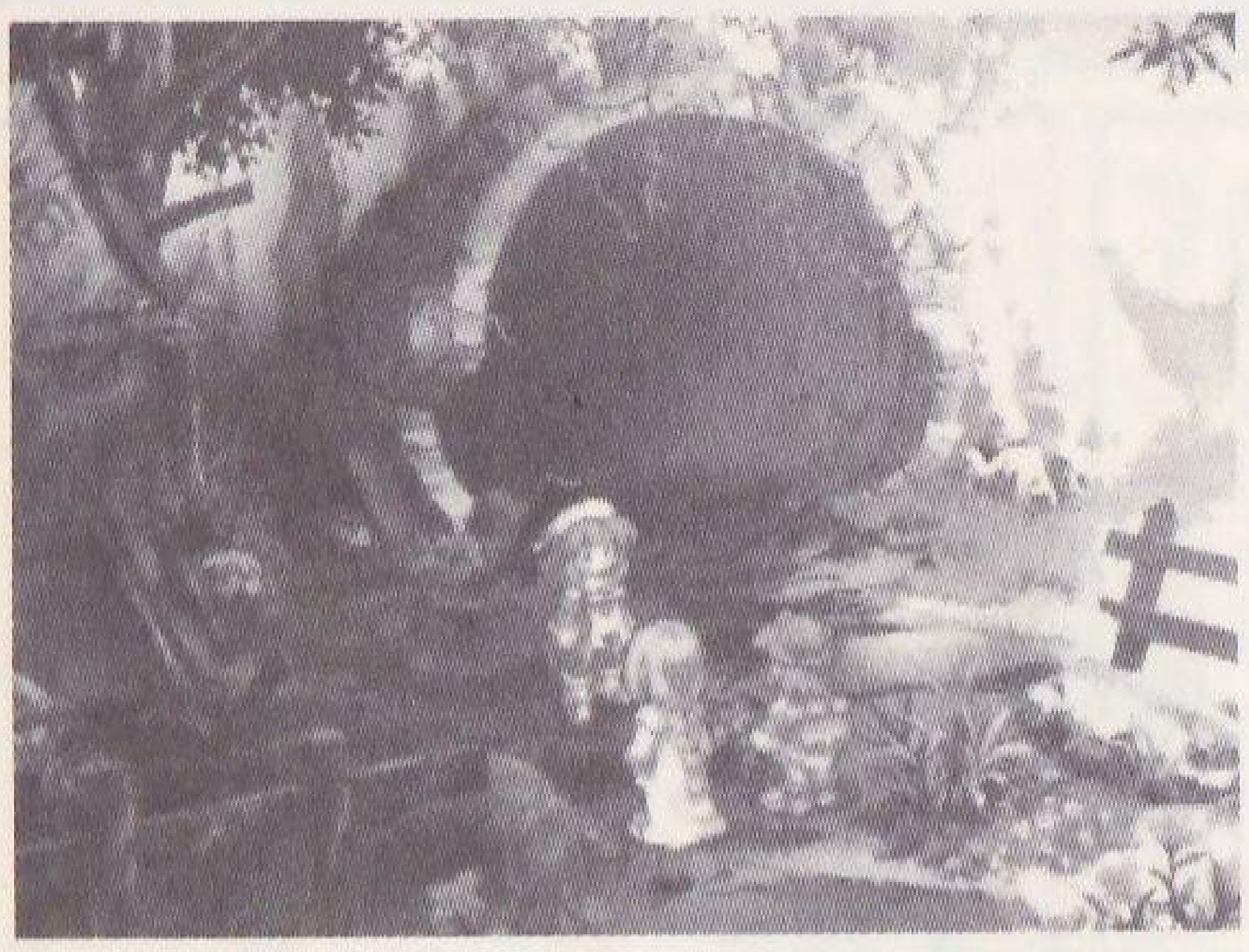
キャラゲーの進出著しいSRPG『ラ・ピュッセル』は果たして……

作りこんだドット絵は、こだわりを越えた〝執念〟さえも感じさせる。ポリゴンだけがゲームの表現ではないのだ

戦術級ＳＬＧの進化と民族性

紙とサイコロで行われた戦争ごっこは、いつしかコンピュータのモニタ上で繰り広げられるようになり、やがて一期一会の面クリア型から経験を積んだ戦車や高射砲を率いて世界中を転戦するキャンペーンモードを獲得するに至る。将棋の駒だったユニットが愛を注ぎ込む対象になった瞬間だ。そしてF16やモンスターが青髪の王子やペガサスに乗る美少女へ変換され、顔アップ画像付で今際の台詞を語り出したその時、シミュレーションRPG（以下S・RPG）という素敵なジャンルが誕生した。

加入時以外一切台詞がない脇役キャラを戦記の中心人物にそえることができ、戦闘や成長の自由度が高い分人間関係を推測（妄想）して楽しむ幅が広いSRPGは、キャラクターへ入れ込むプレイに適したジャンルとなり、多くの名作を輩出する。がちがちの硬派作品だったSLGが、海外では対人戦闘本能全開のリアルタイムストラテジーへ、日本では愛と妄想のキャラゲーへと発展していったことは民俗学的見地からも興味深い。



マール王国シリーズで定評あるドット絵は本作でも健在だ。

育て尽くせ、愛し尽くせ、遊び尽くせ

ラ・ピュセルは温かみのあるドット絵による可愛らしいキャラが印象的なSRPGで、戦闘システムは高さ・支援・協力など戦術的要素に加え、浄化というパズル的な要素も持つ。登場人物は愚地独歩な上役を始め、どこかで見たようなキャラが多いが、イベント、戦闘時のリアクションや台詞が豊富で、充分魅力的だ。敵は急激に強くなっていくので、スキル上げやアイテムの育成・合成などキャラ強化の喜びが実感できる。キャラメインだからぬるめで、という考え方もあるが、それではSRPGの無駄使い。本作ではクリア後も行き過ぎ感溢れる強敵が目白押しで、ひいきキャラを育て尽くす動機付けになる。愛に見返りはいらないかも知れないけれど、あった方が想いが深まるのも真理。最終段階ではシナリオ上あるキャラが欠けた状態になってしまうといった配慮不足は残念だが、遊び尽くす価値のある良作キャラゲーだ。

PROFILE

如月七葉（きさらぎ・ななは）

一部雑誌ではマルチエンディングと紹介されていた本作ですが、最終エンディングはひとつです。これもタクティクスオウガの呪縛なのでしょうか。cae172@hotmail.com

関連作品

HOSHIGAMI～沈みゆく蒼き大地～（ ）

メーカー：マックスファイブ／機種：PS／価格：4,800円／発売日：2002年２月７日

ファミ通クロスレビューにて４人中３人から、タクティクスオウガに似ている、と評されたS・RPG。一種のいじめでしょうか。

不思議のダンジョン　風来のシレン外伝アスカ見参!

絵で見るゲームソフト批評

ジャンル：RPG／メーカー：セガ／
機種：DC／価格：6,800円／
発売日：2002年２月７日

猫式カトヤ　プレイ時間：23時間

遂にDCに登場した『不思議のダンジョン』シリーズ。女剣士アスカが主人公なのもDC仕様??

どうも、初めまして
今回から描く事に成りました猫式カトヤです。

今回のお題は、
ＤＣ版**『不思議のダンジョン**
風来のシレン外伝アスカ見参！』です。
この不思議のダンジョンシリーズ、大半やっているのですが一度もクリアした事がないです。

このゲーム、問題があるとしたら
あまり変わってないという事でしょうか。
でもなんと今回は**ネットに繋がる**と言う所がミソなですね。
死んでもネットを使って救出をしてもらえるんですよ。
これは、とても助かります！



今回主役がシレンではなくN64版で仲間だった**アスカ**が主役です。
仲間等もくノ一がいたりして
中々**萌え**っぽくて
イイです。

あ、その他の
仲間も良いスヨ





このゲームやり出すと止まらなくなるのもまた確か!!

今回、新しく**盗賊ペリカン**というモンスターが増えました
このモンスターアイテムを盗んでハラん中で合成するんですよ
それに、この方法でしか合成できないアイテムもあるらしい ただ、私は今だこいつを使っての**合成を成功させた事はありません**・・・



ああ、もう書く所が！・・・
今回はこんな所で。

このゲームの醍醐味**合成の壺**、
中々出てこない**合成の壺**
やっと出てきた**合成の壺**そして
何気に**壁の無い所で使う私**・・・



猫式カトヤ（ねこしきかとや）：プチイラストレーター。関連作品は主にトレカをやっていますＨＰもあるので見に来てください。http://www.din.or.jp/katoya/

バーチャストライカー3 バージョン2002 　14

ジャンル：SPG／メーカー：セガ／
機種：GC／価格：6,800円／
発売日：2002年２月14日

櫛引直樹　プレイ時間：20時間

フォーメーションゲーム　そんなサッカーゲームがあってもいいではないか!!

今のサッカーゲームとしてはシンプルすぎる操作性だが、だからといってゲーム性が浅いわけではない

組織を持って個を消し個を持って組織を崩す

「フラット3」・「オフサイドトラップ」・「ドイスボランチ」、サッカーにおいて守備的な言葉は想像に易い。しかし、こと攻撃面になると「イマジネーション」であるとか、「インスピレーション」などのいかにも抽象的な言葉が並ぶ。サッカーファンならともかく、〝代表戦だけ〟というレベルの人達にとってのサッカーとは、「組織的に守り、個人のスキルで攻撃する」そう思われているのではないだろうか。

『バーチャストライカー3』（以下『VS3』）では3つのボタンしか用意されていない。現在のサッカーゲームで主流になりつつある〝スルーパス〟ボタンは採用されていないのだ。

『VS3』を読み解くキーポイントはここだ。そもそも〝スルーパス〟とは、相手DFの裏のスペースへのパス。これに味方選手の動きが連動したときにはじめて〝キラーパス〟となる。サッカーゲームでの〝スルーパス〟は「味方選手の前方のスペースに長めのパスを送る」ことで表現され、これにDFのポジショニングや味方選手の動き出しが加味されてスルーパスからキラーパスへの変化が楽しめる。ボタンひとつで決定的な局面を生み出せる、まさにゲーム的な要素だ。しかし、『VS3』にはスルーパスはない……サッカーゲームとして致命的なのだろうか？



個人技に頼ることは難しい。一人のスーパースターだけでは勝てないのは現実のサッカー同様だ。

攻撃面で〝個〟のイメージが強いのは、個の勝利＝数的優位という直接的な結果からであろう。だが、攻撃面を支えているのもまた組織なのだ。スルーパスを決定的にするためには各選手達の動きの連動が必要なのである。それはまさに、個でありながらも組織。そして、個が組織たりうるためにフォーメーションが必要となるのだ。

『VS3』に置いては〝個のひらめき〟はプレイに直結しない。だが、DFの裏をとるスルーパスは存在する。必然性のあるパス回しから、フォーメーションがスペースを生み出す。個の動きが組織にブレンドされた姿、『VS3』の楽しさはそこなのだ。選手が思い通りに動かないといって敬遠している人にこそ画面中央下のレーダーを見ていただきたい。そこに確実に表現されている〝サッカー〟を。

PROFILE

櫛引直樹（くしびき・なおき）
サッカー好きのフリーライター。『VS３』ではチーム強化の要素も追加してあります。欲しかった要素ではありますが、あったらあったで「もう少し……」という要望がでちゃうんですよね。

関連作品

サカつく特大号2（SLG）
メーカー：セガ／機種：DC／価格：4,800円／
発売日：2001年12月13日
選手としてではなく、経営者としてサッカークラブを強化していくSLG。サッカー〝戦術家〟としての理想を再現できる数少ないゲームだ。

グラディウス ジェネレーション

15

ジャンル：STG／メーカー：コナミ／
機種：GBA／価格：5,800円／
発売日：2002年１月17日

RD　プレイ時間：11時間

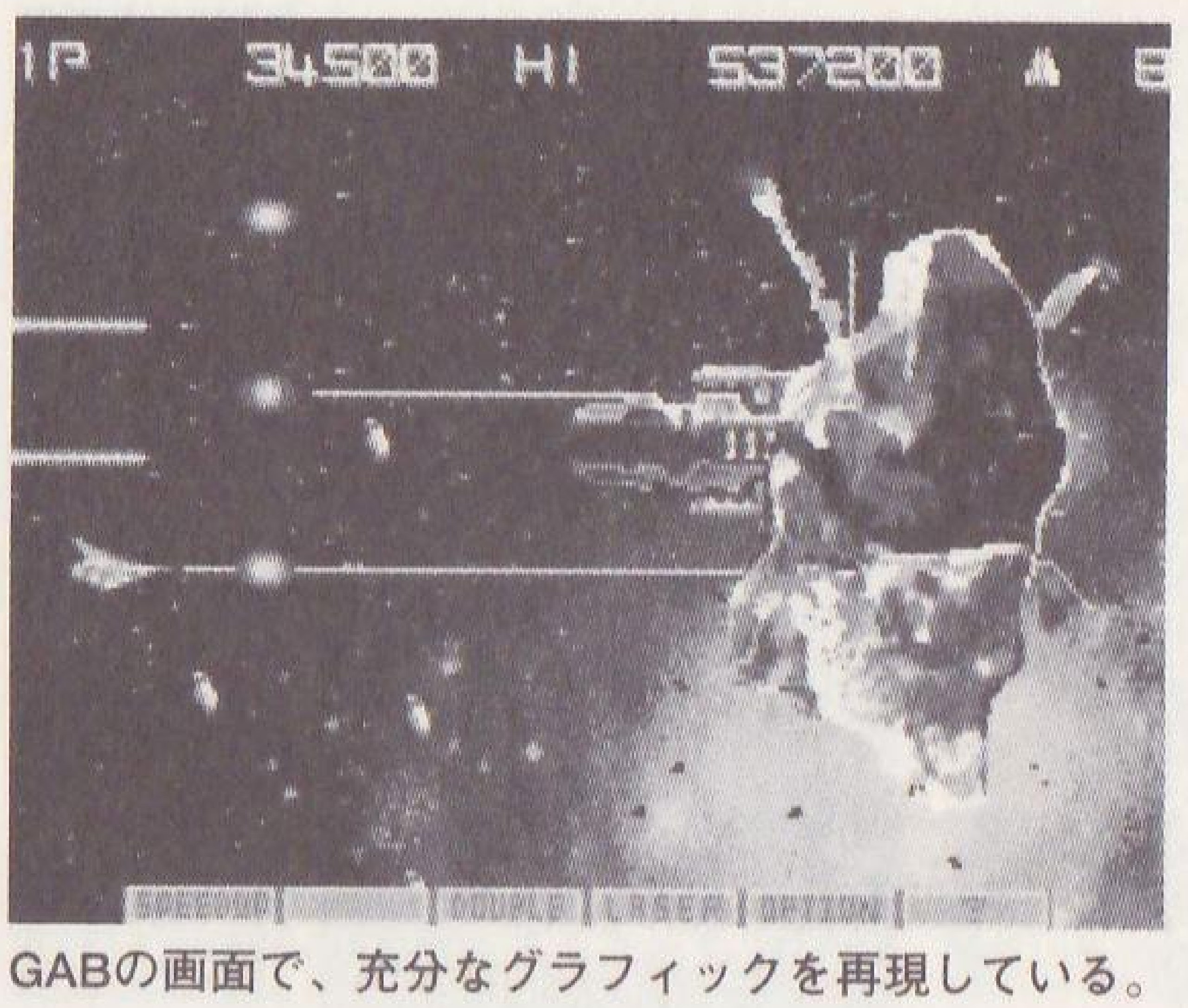
自由奔放な邪道だからこその名作

家庭用と業務用のコンセプトの差異を考慮すれば充分に楽しめるシューティングである

本道と邪道

伝説的な名作の続編を作るということは、困難な仕事である。下手に新しい要素を取り込むと「らしくない」と非難され、かといって前作を踏襲すれば「前と同じ」とこき下ろされる。『グラディウス』シリーズなどその典型だ。

さて、そこで『グラディウスジェネレーション』の登場である。本作を表面的に見れば「らしくない」「前と同じ」という言葉が当てはまる。'80年代当時の熱狂を期待すると、がっかりしてしまうだろう。しかし、だから本作が駄作であると結論付ける気はない。そもそも、当時の最先端ハードで作られたものと、今日の携帯ハードで作られたものを単純比較する方がどうかしている。これはコンセプトの異なる作品なのだ。



GABの画面で、充分なグラフィックを再現している。

業務用『グラディウス』は、先端技術で最高の映像と音楽を実現してユーザーを魅了し、さらに挑発的な難度でハイスコアラーたちにコインを投じさせるというゲームであった。だが家庭用『グラディウス』は違う。業務用の雰囲気を再現することも重視されていたが、挑発的な難度はあえて再現せず、むしろ遊びやすく作り替えることも行われていた。

本作にもその思想は根付いている。難易度セレクト、コナミコマンド、ヒントモード、電源を切っても保持されるコンティニューなど、初〜中級者に対するフォローが充実している。ＧＢＡという若い市場に投入するソフトとして、この点は大いに評価したい。

もう一つ、業務用と家庭用で異なる点がある。それは、業務用こそが「本道」であり、家庭用はあくまで「邪道」であるということだ。本作はＭＳＸ版『グラディウス２』、ＧＢ版『ネメシスII』、ＰＳ版『外伝』といった邪道の流れを受け継いでいる。邪道というと聞こえは悪いが、偉大なる前作に縛られた本道よりも、好き勝手な邪道の方が面白く感じられることもあるのだ。らしくなくて結構。過去のパクりも結構。ＳＴＧとしての基礎部分はよくできているのだから、文句をつける気など起きない。ファンには許せないかもしれないが、好事家としては本作の存在を認めてやりたい。

PROFILE

RD（あーるでぃー）

MSX版『グラディウス２』とAC版『ライフフォース』が好きという邪道こそ本道なフリーライター。それにしても、本作のPSGっぽいサウンドは脳に来る。カートリッジにSCC音源を搭載してほしかった。

関連作品

グラディウス２（STG）

メーカー：コナミ／機種：MSX／価格：5,800円／発売日：'87年８月

AC版『グラディウスII』に先駆けて発売された作品。レーザーが真上に向かって飛ぶという、今にして思えば邪道の極みのような内容だったが、その独創性を認める人も多い。

初心者のために今号のソフト批評

読みどころを総チェック!! 復習

『DOA3』

Xboxの能力を使って、いかにグラフィックが強化されたかがポイントになった『DOA3』。なかでも、コスチュームに期待を持っていた人は多かったでしょう。その点については、93ページで担当ライターの八木澤氏は「挙動の違うものはおいそれと増やせないのかもしれない、脱がせるのは簡単だけど着せるのは高難易度」と分析しています。

みなさんは、この〝コスチューム問題〟についてはどうお考えですか。コスチュームの数に対して「時間がなかったから」というだけではメーカー側の言い訳にしかなりませんが、ユーザー側も「なんでないんだ!」と怒るだけではメーカーの言い訳と同じレベルの議論にしかならないのではないのでしょうか。「時間がなかった」という背景に推論をたてるとソフト戦略まで見えてきます。

『ねずみくす』

明らかにライトユーザーを狙っている『ねずみくす』。担当ライター池谷氏は、この『ねずみくす』を日本市場開拓を見込んだ戦略的タイトルとしながらも、Xboxには違和感のあるソフトとしています。さらに、発売メーカーである マイクロソフトの本領は「先駆者を引いたレールを脅威的なスピードで追い越す追撃力」と評し、そのMSからすれば『ねずみくす』は独自に新たなレールを敷こうとした意欲作とも見ています(手放しで評価はしていませんが)。ソフトだけを見ると〝ダメなゲーム〟で終わってしまいそうな評価も、その発売メーカーにまで視野を広げると新たな論点が開けるものです。

『グランディアエクストリーム』

194ページからのソフト批評を読んでいただければ判るように、『グランディアエクストリーム』は、従来の『グランディア』シリーズのストーリー重視RPGというスタイルを踏襲していないようです。しかも、担当ライターの天野氏はアイテムRPGへの変更は〝上手くいったとは言い難い〟と見ています。続編ゲームを批評するうえで、前作との対比は重要です。いかに進化し、いかに変わったを吟味していけば、おのずと本作のコンセプトや方向性がうきでてきます。

『侍』

今回のソフト批評で一番センセーショナルな内容となったのが『侍』です。ユーザーの期待度と、マスコミでの取り上げ方、そして広告展開とあらゆる要素から『侍』を批評しています。自由度の高さという不条理さは中小企業には手の届かないものとなってしまったのでしょうか。『侍』のためらい傷の数々が、達人の一太刀になっているのかを、発売されるであろう『侍2』注目点として忘れないでおくとさらにプレイを楽しめるかもしれません。

ソフト批評次号に向けての

ファーストインプレッション 予習

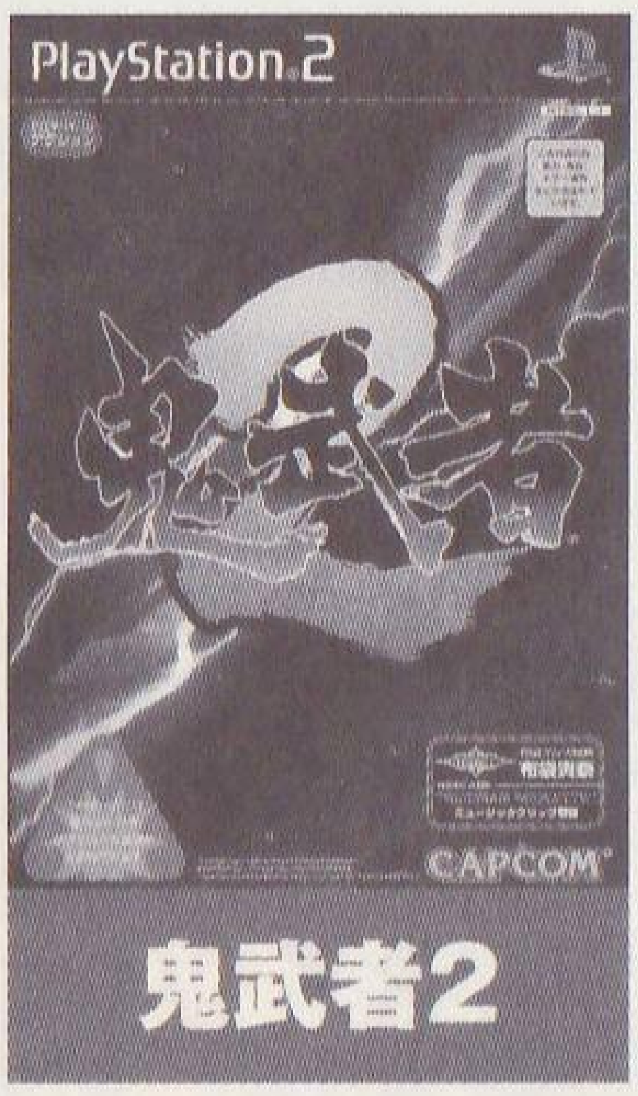


ゼノサーガ

冒頭の展開はOVAなどでありがちといえばありがち。キャラクターも明らかに「萌え」を狙っているので、ゲームファン＝アニメファンという考え方で制作されたゲームなのだろうと思う。それに心地良さを感じる人と、拒否反応を示してしまう人とで意見がわかれるのではないだろうか。

複雑な戦闘システムに慣れるのにどれくらいの時間を要するかも評価のポイントとなるだろう。

（編集部　土井）



鬼武者2

『蜘蛛巣城』『犬神家の一族』など、古き良き邦画を想起させるムービーシーンに映画ファンとして感動を覚えた。

ゲームとしては、あらゆる要素が『バイオ』シリーズと近づいているので、これから先進めていく上で、どう『鬼武者』らしさが表現されるのか期待させられる。はたして「バッサリ感」は体感できるのだろうか。

またシリーズ作の1つとして見た場合、『2』のシステムがやがて『3』では「舞台が違うだけの『バイオ』」なってしまうのではないかという点についてもじっくり考察したいところだ。

（編集部　土井）



サカつく2002

PS2初めての『サカつく』。見た目の進化は、感じられない。毎回言われている試合のビジュアルや進行も現在のプレイ時間では前作とほぼ同じ。しかも初期メンバーの動きは低レベルすぎて、見る気も起きなくなる。J1に上がって2年くらいするとプレイのレベルが上がってきて見ごたえもでてくるが、そこまで試合を見ている人が何人いることか。また、最新の選手データも気になるところ。育成SLGにありがちな後半の〝たるみ〟の解消方法もレビューのポイントか？

（編集部小川）



巨人のドシン

ドシンが島民とのコミュニケーションを重ねることによって次第に巨大になっていくさまは、達成感としては充分。ただし、〝やらされてる〟のか〝やってあげているのか〟この違いが重要。島全体を見通した島育成の要素も含んでいるので、やりごたえはありそう。ドシンのモーションを含めたグラフィックがいまいちなのは、長時間遊ぶゲームとしてはマイナスポイントだろう。

（編集部小川）

E.C.M Electronic. Composed. Music. Vol.5

タイトー・ゲーム・ミュージック（サイトロン）

'70年代の末期、「インベーダーブーム」は起こった。電圧で無理矢理に発生させたような音に興奮した時代があった。本作は「音」でしかなかった存在が「音楽」へと進化する瞬間、ついてはGMの存在意義が確立されてゆく時代の経過を検証し、楽しむことができる重要な1枚だ。

レジェンドシリーズ恒例となった追加ブックレットには、タイトーを代表するGM作曲家「OGR氏」のインタビューを収録し、マニアの期待を裏切らない。

バーチャファイター4 サウンドトラック（AM2）

情報量の少なく薄いブックレットに不満。前号で『バーチャロン・フォース』をレビューした際にも書いたが、業務用作品のサントラで曲目の使用場面解説が明記されない点は失格だ。鈴木裕氏のコメントよりも「どの曲が誰の作曲か」を載せるべきでは？

さて肝心の内容だが、ロック色の強い部分とテクノ色の強い部分が混在する構成に全体的なまとまりの無さを感じた。PS2版の追加曲は好印象だが「最先端ゲーム」の象徴である『VF』シリーズのGMとして物足りなかった。

音源の進化がGMの表現幅を狭めてしまった、と評するには皮肉が過ぎるだろうか。

デッド・オア・アライブ3 オリジナルサウンドトラック サイドレッド&ブラック（タイキ）

本作の基本は「デジロック」であり、近年の「ヴィンテージアナログシンセを多用したテクノ」風な解釈＋『DOA』の持つ東洋的思想が高い次元で表現され、GMとしての完成度は非常に高い。

キャラクターの男女で2枚に分離した構成も、聴いてみると悪くなく、成功していると言える。

XBOXと同時発売された『DOA3』だが、本体＋ソフトで4万円以上の出費をしたファンが、同日に発売されたサントラは経済的理由で購入を控えた、という声も耳にした。海外ではソフトが先に発売されていた、という理由はあれど、この発売時期の悪さは難点だ。他のアルバム比較すると2枚組のGMサントラとしては非常に高価だとも言える。初回限定版に同梱されているペーパークラフト……これ必要ですか？（笑）

G-trance（ジー・トランス／罰帝）：業務用新作『beatmaniaⅡDX 7th style』に『グラディウスⅡ』の1面の曲のリミックスが収録されています！ 全国のレトロGMファンに、この曲のクリアを宿題としておきますのでしっかりやっておくこと！

GMトピックス

「LEGEND」イベント（※1）
5月4日に開催されるクラブイベント「LEGEND」に、GM界を代表する大御所が多数参加を表明。当日用に発表されるリミックスも用意される。大いに期待できるイベントだ。

ブシドー&TYPE-S（※2）
3月初旬現在、昨年末のコミックマーケットでの先行予約分は出荷されたが、残念ながらまだ発売元のスイープレコードHPには通販フォームなどが用意されていない。同社の他の作品も含めて通販されることを希望する。

M3来ませんか？（※3）
GM作曲家の個人活動作品を入手できる機会もあり、音楽と映像にこだわった同人即売会が4月28日に開催される。

『オホーツクに消ゆ』通販（※4）
入手困難だった『オホーツクに消ゆ』サントラが復刻された。ファミコンのオリジナル音源も追加収録された素晴らしい復刻である。通販も行っているので欲しい人は急げ！

『ミスタードリラー』サントラが！
サイトロン社の発表によると、家庭用移植版や携帯機版の音源も収録される豪華な2枚組になるとのこと。



タイトー・ゲーム・ミュージック
SCDC-00156 2,310円
バーチャファイター4 サウンドトラック
AMMX-2001 2,940円



デッド・オア・アライブ 3
オリジナルサウンドトラック サイドレッド&ブラック
KWCD-1006 4,800円

名作GMレビュー

コナミMSXスーパーベスト アンティークス
（メタルギア2 ソリッドスネーク／ゴーファーの野望エピソード2／スペースマンボウ）

かつて世界を席巻した家庭用パソコン「MSX」。その歴史の中でもコナミが独自に開発した音源チップ「SCC」は業務用作品にも使用された事例もあるが、主に音響機能の弱かったMSXを補強する用途で多用された。

SCCの登場は衝撃的だった。宇宙空間の心地良い浮遊感や、戦場の緊迫感を存分に表現した、広がりのある音響効果により、当時のゲームが持つ表現力は格段に進化した。今でもその独特の音色に根強いファンは多い。

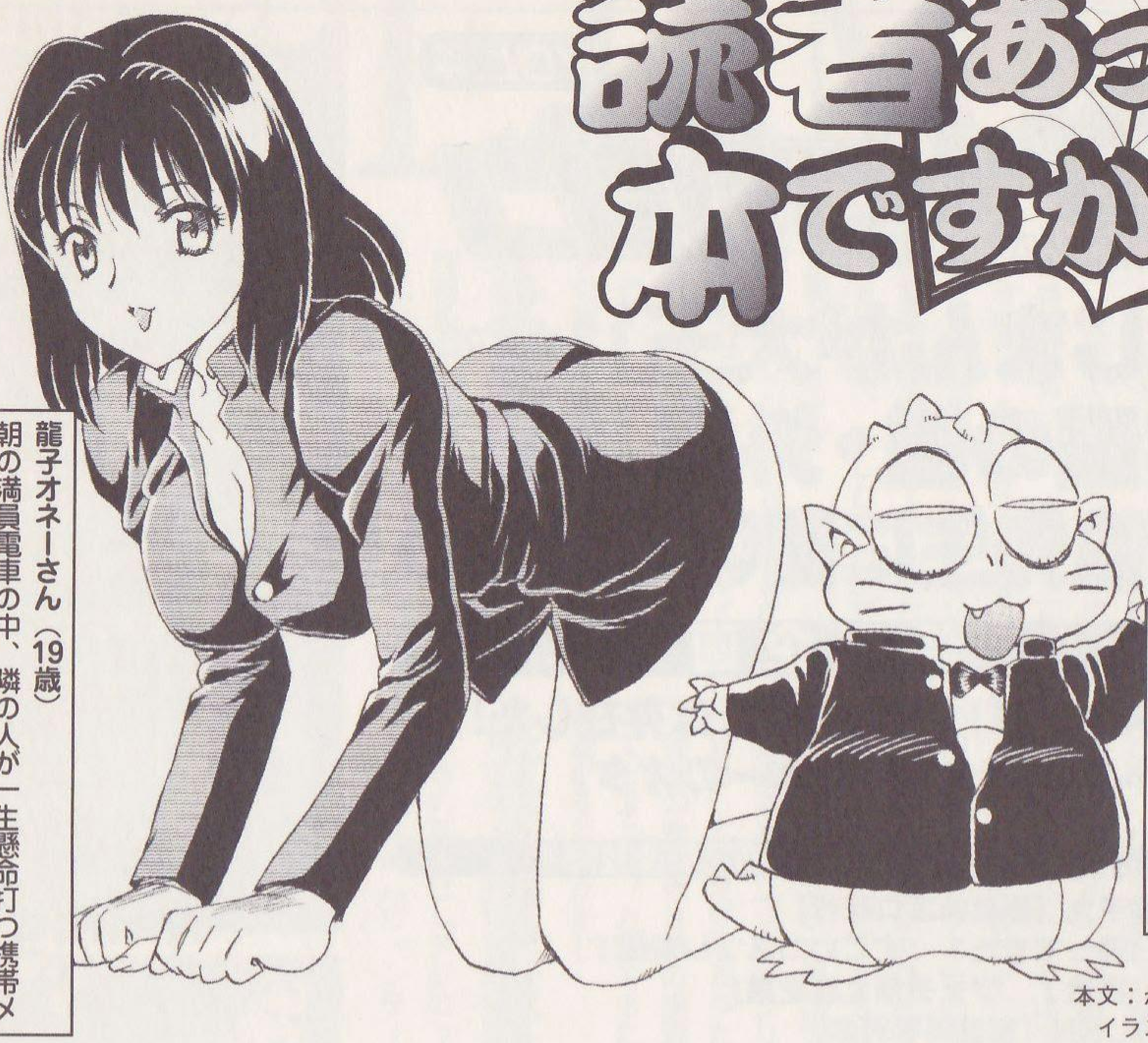
本アルバムは'89～'91年に発売され、既に廃盤だった3作を2枚組に再編集し、'98年に復刻されたものである。3作品を聴き比べることが可能な本作は、SCCの魅力を再確認することができる名盤である。今後もこのような「意義のある復刻」を各レーベルに期待したい。



1998年9月23日発売／
キングレコード／
KICA-7909～10／2,980円

（※1）GAME MUSIC CLUB EVENT「LEGEND」http://www.game-music.com/legend/ （※2）スイープレコードhttp://sweeprecord.com/
（※3）M3準備会 http://mmm.panic.or.jp/ （※4）『オホーツクに消ゆ』通販 http://www.tanomi.com/tanomall/admin/html/items065.html

読者あっての本ですから



シシタン（12歳）
ゲーム業界に生まれたスノップな謎の未確認生物。

龍子オネーさん（19歳）
朝の満員電車の中、隣の人が一生懸命打つ携帯メールを覗くと『メールSEXしようか』書いてあり池袋～新宿間目が離せなかった多感なお年頃。

本文：がっぷ獅子丸
イラスト：飛龍乱



春宵一刻値千金ナドと申しまして……



●いや～新入社、新学期シーズンとなりまして皆様ウキウキしてきますよね～、なかには浮かれすぎてホームからジャンプしちゃうヒトもこの時期増えてきて電車が遅れることも多いと思いますから、フレッシュマンの方々は第一日目から遅刻する事のないように早めにウチを出た方がいいとオネーさん思いますよ～。

○ゲーム業界の方でも、待たされるだけ待たされてこないだ漸く最後の新世代ハード、Xboxも登場しまシタネ。やっと全ての役者がそろったところで、これからハード競争がシシタン楽しみデス。

●まーXboxについては残念な結果に終わってしまいましたが。

○マダ終わってネーヨ！　そういえば前号の特集は極端に評価が分かれちゃいました。これからは今までの本誌の姿勢は残しつつゲームという作品やそれにまつわる事情をいろんな切り口で見てみようという方針なのデスが、全体的には内容に興味を持って初めて購入した方も多く、どっちかというと良かったようデス。

■前号のような特集は好きです。特定のハードや、ソフトでなくジャンルでもなく横断的なものは今後もやって欲しいですね。

（埼玉県　J・BOY）

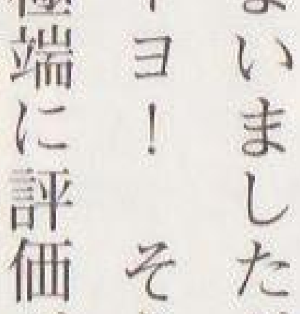
■前号は今までの中で一番つまらなかった。こういう特集のほうがやっぱり売れるのですか？

（福岡県　新飼　隼人）

■3D美女の特集なんてロクでもないネタを真っ剣に取材してて面白かった。感心しました。でも今回地下鉄で読むのがちょっと恥ずかしかったな珍しく。

（北海道　花見月）

○スミマセン今号は更に恥ずかしいデス……。



●今回のホモゲーというのも猛反発が予想されるとオネーさん思いますけどね～と思ったら、このような意見もあるようです。

■44号の特集、とってもとってもとっても楽しみにしてます♪『ト

ーラスＺＥＲＯ』の記事のっけて下さいー。16歳だから買えないけど……ムキー!! ンポォ～（©ラルク）↑古いって。

（高知県　銅貨ディリ太）

■ホモゲーを特集にするだなんて、そうゆうのが好きな女性は確かにいますが、純愛派の私は女として絶対に許さない。この雑誌には女性の読者が少ないからこんな特集を組むんですか？

（岐阜府　氷室）



○イヤ別にソンナコトは無いんですケド～。ゲーム誌のナカでも本誌読者の女性率は極めて高いデス。

●しかも酸いも甘いも噛み締めた人生経験豊富な女性の方が。

■３ＤＣＧよりオネーさんの太股にコーフンしちゃいました。

（大阪府　ふな）

●若いのう。

■久々に「ゲー批」を見たのだが、謎のクリーチャーとオネーちゃんが読者コーナーをやってるわ、ソレを描いてるのが、お世話になった（笑）飛龍乱氏だわ。

（神奈川県　台頭）



○30代男性読者のなかで飛龍先生にナニカとお世話になったヒト多いですネ。

●どうお世話になったのかを具体的にレポートを書いて編集部に提出するように。

■だんだんヲタ向けになってるような気が……。

（名古屋市　たっちー）

○やっぱソウ思いマス？

■Ｘｂｏｘ、発売後の展開があまりにも予想通りで笑いました。

（群馬県　田部井きよし）

■Ｘｂｏｘに関して覆面座談会を開いて下さい。ヤバそうな話を聞きたいので……。

（兵庫県　裏虎）

○発売同時にタイトルをリリースしたメーカーは言いたいこと一杯あるでしょうネ。

■どうやら岡本さんの『言わしてもらうで』は完全に無くなってしまったようですね、やはり残念です。

（茨城県　勝亦毅）

●そんなことよりハガキのペンネームの欄に謎の10ケタの数字が書かれてあり、もしやと思って電話をかけてみると見事に繋がっちゃ

読者 イラストギャラリー

中枢神経系にビチャっと響く向精神イラストの連打です!!



〈群馬県　はたはた生活〉
ごめんなさい、『ＦＦＸ』やってないのでこのキャラが判りません。



〈千葉県　16ＢＩＴ・猫月〉
困ったことにトゥーンレンダに一番向いてないハードがＰＳ２なんですよね～。



〈岐阜県　たぬきそば〉
たぬ氏からは他にも一杯イラスト貰ったんですが砂沙美ちゃんはココでしか載せないと思うので。



〈秋田県　ＨＥＮ〉
ＫＣＥ札幌はハドソンの植民地になりましたね。



〈北海道　ダミンハ〉
相変わらずいい味です。この際女の子の絵とかに日和らないでコッチの方向性を極めて下さい。

いました。危うく掲載しちゃうトコだったじゃないか勝亦!!

■27号以来、2年8ヶ月ぶりに購入しました。次は3年後に買う予定なので、それまで頑張ってください。（新潟県　マナザワガク）

○ハイ。それでは2005年のPS3特集の時期に会いましョー。

●っても今度は3年後なので多分聞いてないですよね。

■ネットワーク化という愚挙で、それまで「映画的演出」を支持してきたユーザーさえも切り捨てた『FFXI』に抗議して、今後、スクウェアの製品は中古で買い、1円たりとも利益は渡しません!!（東京都　斎藤和子）

●『FFXII』はオフラインだから許してやんなさい。

○『FFXI』のようなタイプのオンラインゲームはゲームの完成という言葉は無く、開発者達はユーザーが存在する限り何時までもゲームを更新し続けるという永久就職のような状況デス。そう簡単にオンラインは続編タイトルという話に為らないと思いマスので現状ではFFシリーズが続くのならパッケージソフトが本流になると重いマス。斎藤さんは一先ず安心して下サイ。

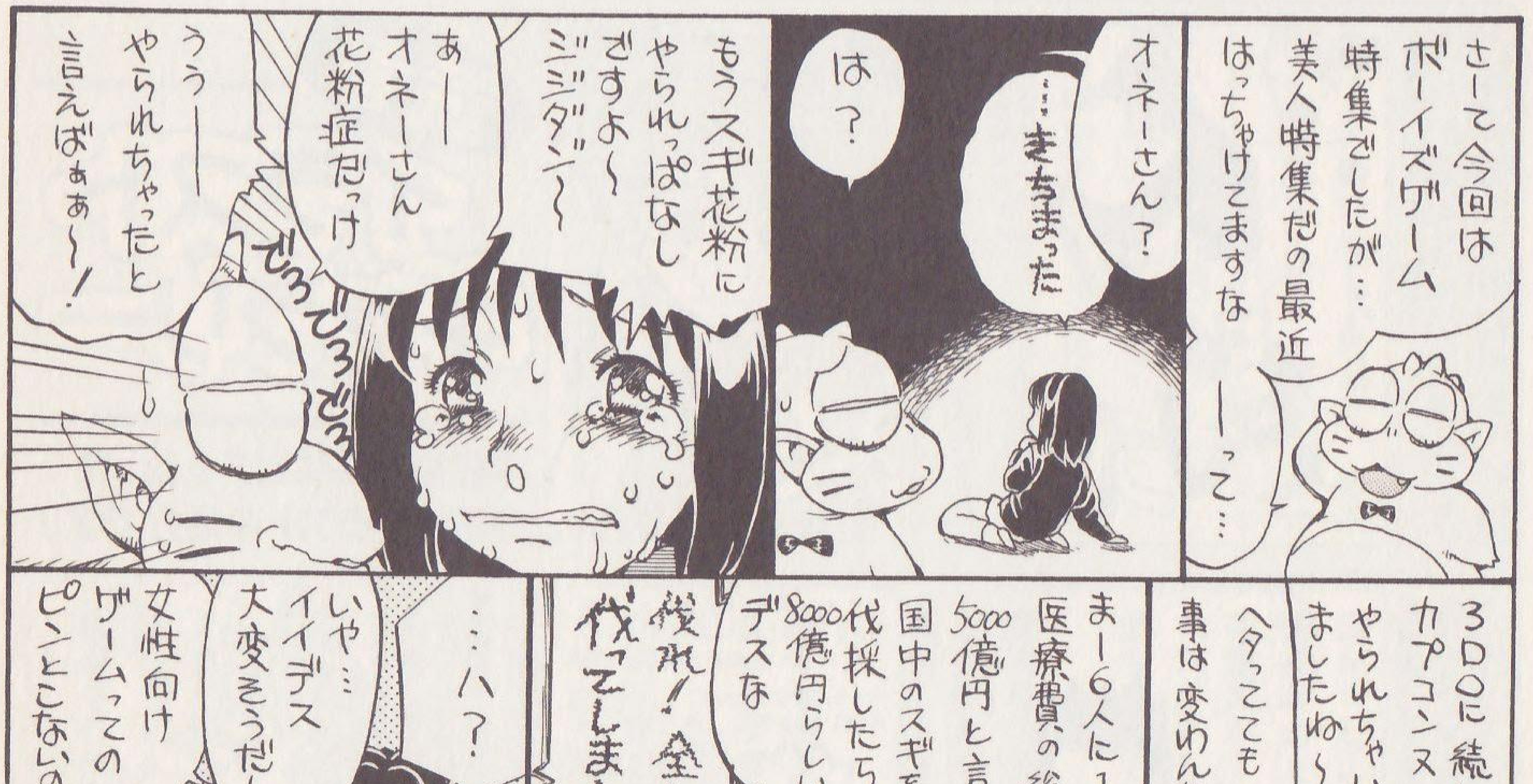
■前号P80からの記事を読んで思ったのですが、一部のゲーマーに低難易度の存在を異様に嫌がる輩がいるのは何故なのでしょう。難易度が選べるのだから好みで選べば良いのに、わざわざ低難易度のモードをけなしたり。自分が苦労しているのを、他人が楽に解くのが許せない？　そこまで心が狭いのか?!（茨城県　妖怪出没）

○シューティングが排他的なジャンルになってしまったように、難易度設定というのは非常に難しい問題デスネ。



●「俺様にはヌルくて許せネーヨ」というのは庶民にとって生活の中のささやかなプレジャーです。こういうヒト程キッチリとゲームをしゃぶり尽くすので、そっとして置いてあげましょう。

■ワールドカップのトロフィーって○○○の裏みたい。チケットみんなハズレたぜ。（千葉県　サヤエンドウ）



●伏字部分は何ですか？

■今号は「あれ？　また表紙の傾向が変わった」と思い手にとってパラ2とめくってみたら…なんとカラーページが!!『読者本4』で「カラーページは難しい、本誌が余程売れない限りない」と言っていたのに……。「ゲーム批評」売れているんですね？　万歳!!（笑）
（群馬県　八仙飯店）

○ソンナコトでも無いのデスが編集部的な決意の表れだと受け取ってクダサイ。



●オネーさん的に前号P25についてはカラーにする意味があったのかどうか甚だ疑問です。

■いいなあ、3DCGの女の子達は。或る日突然度肝を抜く様な変な髪形したり、ファンの気持ちを無視した発言する某アイドル(♂)みたいな事したりしないもんなあ。いいなあ～。はあ～。
（新潟県　しらぶ）

●オネーさんも堂本剛の今の髪型はどーかと思います。

■もっと色気を、もしくはメイドロボ特集を。（埼玉県　HMX-93）

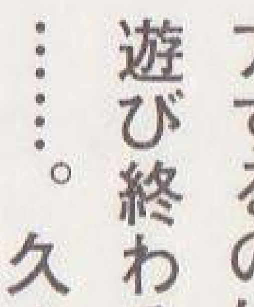
●とりあえず山本君は北口にある黒田書店でソッチ方面の本を物色して下さい。

■XboxのCM良いですね。
（岡山県　はあとふる）

●はあとふる氏は買いました？　ア、そうデスカ。ヤッパリ。

○何がヤッパリだ

■今期の終わりになって、シミュレーションRPGが大豊作。『魔人学園外法帖』『ラ・ピュセル』『星神』『ブラックマトリクスII』GBA版『FE（ファイアーエムブレム）』と、買うのだけで5本も。こういうジャンルは、クリアするのに多大な時間がかかる為、遊び終わる時、何月になってるか……。久々に嬉しい悲鳴です。
（北海道　斎藤章道）



○シシタン『Gジェネ』『ロボット大戦』シリーズを毎回買ってるんデスケド3年前からマダ遊んでないのに新作が出ると買ってしまい、ドンドンゲームが溜まり続けるという悪循環を断ち切ろうカト考えてマス。

●ダメ人間ですね



読者による批評のページ

Reader's Critique

Xboxも発売され、役者が揃った新ハード戦線。「どのハードが勝つ」とかではなく「面白いゲームが増える」ことに期待します。

投稿規定：1050字前後（15字×70行）の文章量で投稿してください。原稿テーマは自由です。掲載させていただく場合は、編集部で原稿の修正や文字量調整を行います。また、応募原稿は返却できません。以上のことをご理解のうえご応募ください。お願いします。

各コーナーへのお便り・投稿は
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7ヨドコウビル（株）マイクロデザイン『隔月刊ゲーム批評』編集部読者コーナー／RC係、または ghihyou@microgroup.co.jpまで。投稿の締め切りは5月1日です。

気がつけば「ゲーム批評」は創刊以来7年が過ぎました。これもひとえに、読者の皆様、そしてゲームを愛している皆様のおかげだと痛感します。それでは、今号もゲームを愛しているからこその批評をみていきましょう。

『エースコンバット4』コンセプトの喪失

「こんなゲームだっけか?……」
それが『エースコンバット04』に対する正直な感想だった。

今までこのシリーズは、主に「決められた攻撃目標を全滅するとクリア」というミッション遂行形式を採ってきたが、今回は「時間内に規定のポイント以上を達成する」という形式がメインとなっている。

確かに自由な戦い方や戦略が選べるという意味では優れたアイデアだが、それが調整ミスもあって、幾つもの弊害を生んでいるように思える。

まず1つは、重要なターゲットを破壊しなくてもクリアできてしまうために「ミッション」という意識が薄くなってしまっていること。強制的に時間一杯まで戦わされるので、これはシリーズの「ひたすら空中物と地上物を攻撃するだけの単調なゲーム」という欠点を助長してしまっているのである。おまけに、20分のプレイが一瞬でパーになってしまうこともあるのは残酷すぎる。せめて補給した時点から再開にして、重要ターゲットを破壊した後は帰還後任意に作戦終了できるようにすれば、従来通りのサクッとしたプレイも許容できるようになるだろう。

もう1つは、目標に対するポイントの配分についてである。地上物は平均して30、敵機（空中物）は60なのだが、これはおかしい。おそらく必要なミサイルの量で決定したのだろうが、逃げもせず確実に撃破できる地上物と、ドッグファイトが必要な敵機では、撃破に必要な時間が段違いなのである。つまり、敵機と戦うと割に合わないようになっているのだ。結果、「襲いかかる敵機に仕返しもできず（戦うと時間をロスするため）ストレスを溜めつつ、ひたすら地上物を攻撃し続ける」という、何ともせこいプレイを、半ば強制されてしまう。もしも双方のポイント配分が平等なら、「どちらと戦っても良し」という、真の意味で自由なゲームになったであろう。

「ドッグファイトの爽快感」を味わえないようにし、面が減ったことも含めて「バラエティに富んだミッションの遂行」までも退化した。広いだけで意味の薄いマップ構成、読み取りにくいHUD情報、ロックオンが間に合わない程の煩わしい敵の密度。当てにくくなった機銃。スタッフはこのシリーズの良さを理解してないんじゃないかと不安になる様な続編だ。

毎回大きく生まれ変わることも特徴の1つなので、次回作こそ、ちゃんと「わかってる」作品になって帰ってきてくれることを、今はただ祈るばかりである。

（千葉県　木戸口　明男）

継続と変化……続編を制作するにあたっての、難しいポイントですね。ユーザーの求めているものと制作者側の〝狙い〟にズレがあった場合、単純な妥協点に落ち付かないのもゲームの特性です。そ

れだけユーザーの想いが強いのかもしれません。

もじぴったん

このゲームを一言で表すと「とても奥が深い、が同時にとても浅い」。

内容は、ひらがな（濁・半濁音含む）を組み合わせて言葉を作り、ノルマを達成するというもの。ステージによっては、使用可能文字の制限や巨大マス、移動・回転するパネル等のギミックもあり、全120ステージ攻略は一筋縄ではいかない。

しかし、このゲームの最も注目すべき点は、7万語以上の言葉を収録していること。一般的な言語は勿論、アルファベット、俗語、流行（死）語、省略表現、口語（あんた、なんて～）や副助詞（～まで、～など）すらも反応する。ノワーズ35号にある「国語辞書なみの単語数」という表現は伊達ではない。

そして、これにより二次的な美点が生じる。それは「一部の面を除き、複数（無限？）の解答パターンがある」ということ。全く適当に置いても反応してくれる場合が多いので、パズルゲームにありがちな「どうしようもない手詰まり」が起こりにくい。ダメだったら文字を繋げばいいし、面セレクト時に「B＋C＋レバー左右」で別のステージを選択する手もある。

また一部の面は、TVゲームを切り離しても有効だ。特に「か」のつく言葉×28面は、国語の授業で辞書を活用して解答させるのも面白い。

さて、ここまでは美点を挙げてきたのだが、残念ながら欠点とも思える部分もある。それは「一度完璧なパターンを作ると、途端に面白みがなくなる」点。なぜなら、ランダム性というものが皆無だからだである。出てくるステージ、文字、パネルの動き……全てが同じであり、妨害する〃敵〃もいない。安定しすぎている。

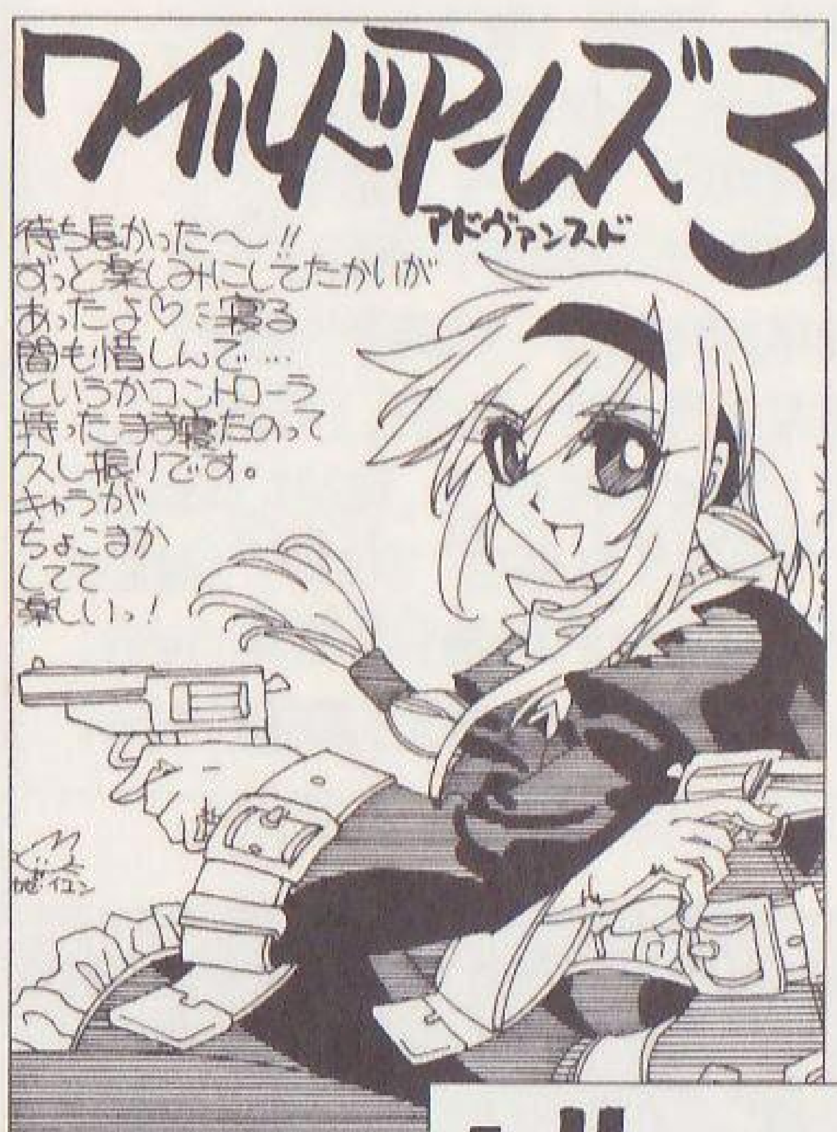
さらに「EXステージ」（以下「EX」）の存在が、この欠点に拍車をかける。「EX」は、ふつうは各6ステージを30秒以上残してクリアすると現れる。当然難度はとても高く。相当の試行錯誤を必要とする。よって、「EX」での真剣勝負を望むなら、それ以前のステージは単なる作業と割り切らねばならず退屈極まりない。

この様に、本作品は非常に独創性が高く面白いのだが、安定性が高すぎ（＝ハラハラ・ドキドキ感が少なすぎ）て早々に飽きられる、という可能性を否定できない。また、1回100円のアーケードの立場から見ると、中～長期的なインカム面で「？」と感じることもある。

文字を繋ぐというアイデア、それを支えるシステム・操作性がかなり優秀なだけに、全くもって残念でならない。が同時に、次回作に対する期待がとても大きいのも事実である。

（愛知県　スカタン1号）

アーケードゲームは〃コインを入れる〃という能動的な行為がなければ売上に繋がりません。しかも、ゲームを始めた直後には〃楽しさ〃を表現しなければなりませんし、それが継続性をもたなければなりません。現在のゲームセンターの苦戦ぶりは、アーケードゲーム作りの難しさではないでしょうか？



◀福岡県／カゼ・イユン



◀岡山県／ゲーマーZ

バックナンバーのご案内

<Vol.27>'99年6月発行780円（税込）
■特集1「話題！ 問題？ 次世代PS」●次世代PS発表が業界内外にもたらした波紋■特集2「アーケード氷河期」ゲーム業界トピックス「任天堂＆松下、電撃提携！ 新ハード発表は何を意味するのか」「セガ・エンタープライゼス 夏攻勢に隠された真意とは」

<Vol.29>'99年10月発行780円（税込）
■総力特集「面白いゲーム、知らない？」●スペシャル対談 任天堂・宮本茂×セガ・名越稔洋他■緊急特集「VJ問題」の真実

<Vol.34>2000年8月発行780円（税込）
■「なぜだ!? ドリームキャスト」苦戦を強いられるDCに、今一度スポットを当てる●俺とセガゲー 四半世紀の愛憎 ゲーム批評ライターによるベスト＆ワースト5■『劇空間プロ野球』版権闘争の真実 コナミは何を考えているのか？

<Vol.35>2000年10月発行780円（税込）
■「DQⅦ＆FFⅨ 物語ゲーム 進化の優劣」ドラクエ、FF ーー『過去、現在、未来』●がんばれボクらのジャレコ特集 今蘇る怪作の歴史!? その真の姿を見よ！ ■名越武芸帖スペシャル対談

<Vol.36>2001年1月発行780円（税込）
■「ソフト批評スペシャル 拡張版」●ゲーム批評ノンフィクション ネットオークションのなくなる日■ゲームソフトのレンタルはゲーム業界の新たなステージとなりうるか？

<Vol.37>2001年3月発行780円（税込）
■「なぜ今、携帯ゲームなのか」 携帯ゲームって本当に好調なの？●君の武士魂はふるえているか 日本人の魂をゆさぶる和風ゲームの台頭■ガンパレード・マーチに「自由」はあったのか?

<Vol.38>2001年5月発行780円（税込）
■「愛がないキャラクターゲームなんて!!」キャラゲー原作者インタビュー！●検証！スポーツゲームの真髄『リベログランデ』は新たな扉を開くか■緊急特集DC撤退！どうなるセガ！

<Vol.40>2001年9月発行780円（税込）
■「ゲームの疑問を大追跡これが答えだ!？」ゲームソフトの原価に迫る 幻のゲームソフトの行方を追う！ ●「SNK偉大なる遺産」SNK（新日本企画）ゲームの系譜 SNKの側面格闘ゲーム 飢狼伝説スペシャル

<Vol.41>2001年11月発行780円（税込）
■「FFⅩ批評対決!!」FFⅩを誉め倒す?! 否定派・肯定派ソフトレビュー FFⅩ実はココが凄い！ ●「●悪趣味ゲームライター晩餐会」がっぷ獅子丸VS.阿部広樹座談会

<Vol.42>2002年1月発行780円（税込み）

■孤独な王道!? ゲームキューブ
特別対談 名越稔洋×岡本吉起
激走!! フロム・ソフトウェア
Xboxのことも教えて本郷さん!!
●格闘ゲーム 新世紀へ
格闘ゲームの派閥争い
VF.NETはメリットだったのか



<Vol.43>2002年3月発行780円（税込み）

■なぜこんなに美しいのか？
そうだ、美容整形外科医に聞いてみよう
アイドル研究所が3DCG美女を斬る!!
●ソフト批評 スペシャル
『MGS2』『Rez』『ICO』など



別巻
飯野賢治の本 '96年9月発行 764円（税込）
RESEARCH ON BIOHAZARD 2-final edition- '98年9月発行 2520円（税込）
悪趣味ゲーム紀行 '98年12月発行 1260円（税込）
すごいエロゲー烈伝！ '98年12月発行 1029円（税込）
アニメ批評創刊準備号 '99年1月発行 924円（税込）
読者あっての本ですから2 '99年2月発行 787円（税込）
仮面ライダー メイキング '99年5月発行 3150円（税込）
読者あっての本ですから3 2000年3月発行 787円（税込）
読者あっての本ですから4 2000年12月発行 787円（税込）

※プレゼントの当選は発送をもって発表にかえさせていただきます

お待たせしました！

隔月刊 ゲーム批評

定期購読開始！

『ゲーム批評』のご購入にはご自宅直送方式の年間定期購読がオススメ！
確実、スピーディーな定期購読をぜひご利用下さいませ。

『ゲーム批評』　隔月刊・偶数月3日・年6回発行
一年間の定期購読価格 → 定価780円（税込）×6回＝4,680円

【お申し込み方法】

手続は簡単です。巻末に綴じこんである「郵便振替用紙」（払込取扱票）に下記の必要事項を記入し、郵便局窓口に必要金額と共にお申込頂くだけです。振込手数料・送料は弊社にて負担させていただきます。

【ご注意】

・定期購読をお申し込みされる場合、発売日20日前までにお申し込み下さい。締めきり以降のお申し込みに関しては、その次の号からのお取り扱いになります。
　例：次号7月号からお申し込みされる場合は、5月16日（木）までにお申し込み下さい。
・本誌巻末の振替用紙以外でのご入金（郵便小為替、切手、青色の振替用紙でのご入金など）は受け付けかねますのでご了承下さい。
・ご依頼人住所・氏名・電話番号は必ずご記入下さい。特に電話番号がない場合、事故の対処にお時間がかかる場合がございます。
・定期購読期間中の途中返金については、受け付けかねますのでご了承下さい（刊行ペースの変更・価格変更・休刊の際は、別途ご連絡させていただきます）。
・住所を変更された場合は、お手数ですが下記連絡先までご連絡下さい。

1．巻末にある「払込取扱票・払込金受領証」を本誌より切り取ります。この時に、「払込取扱票」と書いてある所と、「払込金受領証」の間は決して切り取らないようご注意下さい。
2．新たにお申し込みされる方は、誌名横の「新規 / 継続」のうち「新規」に丸をつけて下さい。
3．通信欄の「購読期間」に何年・何月号からかをご記入下さい。購読期間は1年のみです。
4．ご依頼人の郵便番号・住所・氏名・（もしあれば）E-mailアドレス・電話番号を払込取扱票にご記入下さい。
5．右側の払込金受領証の「ご依頼人」の欄に氏名をご記入下さい。
6．「ご依頼人住所氏名」と商品の送付先が異なる場合のみ、通信欄の送付先住所・氏名・電話番号をご記入下さい。
7．すべての記入が終了しましたら、お近くの郵便局窓口に金額を沿えて提出して下さい。

通常は発売日から遅くとも3日以内には届きます。もし届かない場合は、事故の可能性がありますので、お手数ですが下記お問い合わせ先までご連絡下さい。

お問い合わせ先

〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7　ヨドコウビル
株式会社マイクロマガジン社　販売営業部
TEL.03-3206-1641　FAX.03-3551-1208
（お電話でのお問い合わせは、土日・祝日を除く平日AM 9:30〜12:00、PM1:00〜6:00までとさせていただきます）
E-mail: hanbai@microgroup.co.jp（件名は「定期購読」とご記入下さい）

EDITOR'S ROOM

最近、なにかと大きなイベントが多いです。Xboxの発売とか、AOUショウとか……。でも、私的に一番大事だったことは、「韓国ゲーム電文」を担当していただいているテリョンさんの来日でした。お会いする前は正直、「どんな怖い人だろう」とビクビクしていたのですが、実際に会ってみるとナイスガイな兄チャンでした。で、テリョンさんといろいろとお話ししてたのですが、BLGを見ての「脊髄にビリビリきました」この一言で、国境を越えた共通観念を感じましたよ。あと、今号の特集について説明したときの「韓国版ゲーム批評」の編集長さんのお顔が忘れられません。「ホモゲーかぁ……大丈夫かなぁ」、まったくその通りです。個人的にはものすごーく次回の「韓国版ゲーム批評」が楽しみで仕方ありません。1特、全部差し変わってるのかな。（小川）

ドキドキしています。激しくドキドキしています。いろんな意味で。ご覧いただいたように、今号はかなり冒険的な「ゲーム批評」となりました。あらゆる意味で。ですが、作っていてメチャクチャ楽しかったこともまた事実。お忙しい中、取材にご協力いただいた皆様、予備取材としてボーイズラブゲームの基礎について夜遅くまで教えてくださった「GAMEピアス」の大澤編集長、どうもありがとうございました。

……というわけで話はまったく変わってしまいますが、明日は友人数人と花見の予定です。久しぶりに大人数で酒を呑んできます。場所取りは他の人に任せてあって、早起きする必要もないので、いつも以上にイイ気分で呑めそうなので、頼むから晴れてください。

以上、やたら「K」キーが打ちにくいPCからドイがお伝えしました。（土井）

岡本吉起氏の連載再開断念のご報告とお詫び

ゲーム批評vol.40・41と2度に渡って読者のみなさまにご協力をいただきました、「岡本吉起氏を呼び戻そう」アンケートですが、一旦はみなさんの熱い呼び声に動かされ、“連載再開寸前”まで進んだのですが、岡本氏があまりに多忙なためゲーム批評での連載の再開を断念せざるをならなくなってしまいました。

編集部の身勝手な呼びかけに応えていただいた読者のみなさま、そして、多忙のなか連載再開に向けてご検討くださった岡本氏

編集部の力不足のためにこのような結果となってしまい、大変申し訳ございせんでした。

今後は、岡本氏の連載が無くなったから面白くなくなったといわれないよう、さらなる誌面の充実に精進して行きたいと思います。

（ゲーム批評編集部）

社名変更のお知らせ

「株式会社マイクロデザイン」は4月1日をもちまして、「株式会社マイクロマガジン社」に社名を変更いたしました。出版社としての性格を明確に反映した新社名のもと、より充実した出版を行ってまいります。今後ともよろしくお願いいたします。

ゲーム批評編集部一同

隔月刊 ゲーム批評 5月号

ゲーム批評Vol.44
第9巻第5号通巻68号
2002年5月1日発行
定価780円(税込)

STAFF

発行人　武内静夫
編集人　小泉俊昭
編集部　小川哲弥
土井大輔
販売営業　長谷川安次
河合秀晃
広告営業　五十嵐健一
小林新菜
デザイン　株式会社エストール
印刷　図書印刷株式会社

(株)マイクロマガジン社
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7
ヨドコウビル
編集部　TEL.03-3551-9563
FAX.03-3551-9384
販売部　TEL.03-3206-1641
FAX.03-3551-1208
広告部　(株)マイクロハウス　レップ営業部
TEL.03-3555-1206
FAX.03-3297-0180
(株)キルタイムコミュニケーション営業部
TEL.03-3555-1201
FAX.03-3551-9384

隔月刊 ゲーム批評

7 July

第

P

どこよ
で、ど
意見を
PS3開

ソフ

『ゼノサ
『アーマ
ァルキリ

次回「隔

◆

ゲーム批
ていただ
りません
は歓迎い
る方、専
します。
ゲームの
雑誌等に
「ライター
採用の場
カ月が経

面白かった記事を目次の番号で記入して下さい（複数可・最も面白かったものを○で囲んでください）。
つまらなかった記事を目次の番号で記入して下さい（複数可・最もつまらなかったものを○で囲んでください）。
この本を購入した理由（○をつけてください） ・毎号買っている　・書店で見て　・ネットで見て　・その他（　　　　　　）
PS3に望むことはなんですか? また、どのようなゲームが出て欲しいですか?
もしゲーム批評にゲーム業界関連の広告が入るとすれば、どのメーカーがいいですか
本書に対するご希望や気づいた点など、何でもけっこうですのでお書きください。

アンケートにお答えくださった方の中から抽選で30名の方に、
マイクロマガジン社特製アイテムを差し上げます。

隔月刊 ゲーム批評
5月号
ゲーム批評Vol.44
第9巻第5号通巻68号
2002年5月1日発行
定価780円(税込)

最近、なにかと大きなイベントが多いです。Xboxの発売とか、AOUショウとか……。でも、私的に一番大事だったことは、「韓国ゲーム電文」を担当していただいているテリョンさんの来日でした。お会いする前は正直、「どんな怖い人だろう」とビクビクしていたのですが、実際に会ってみるとナイスガイな兄チャンでした。で、テリョンさんといろいろとお話ししてたのですが、BLGを見ての「脊髄にビリビリきました」この一言で、国境を越えた共通観念を感じましたよ。あと、今号の特集について説明したときの「韓国版ゲーム批評」の編集長さんのお顔が忘れられません。「ホモゲーかぁ……大丈夫かなぁ」、まったくその通りです。個人的にはものすごーく次回の「韓国版ゲーム批評」が楽しみで仕方ありません。1特、全部差し変わってるのかな。（小川）

ドキドキしています。激しくドキドキしています。いろんな意味で。ご覧いただいたように、今号はかなり冒険的な「ゲーム批評」となりま

とお詫び

協力をいただき
一旦はみなさん
ですが、岡本氏
さざるをならな
さま、そして、
大変申し訳ご
といわれない
。
ム批評編集部）

ジン社」
もと、
部一同

POST CARD

50円切手をお貼り下さい

1040041

東京都中央区新富1-3-7 ヨドコウビル
㈱マイクロマガジン社
隔月刊 ゲーム批評 編集部 Vol.44アンケート係行

フリガナ 氏名	P.N.		
	職業	年齢 歳	性別 男・女

〒
住所

e-mail

本誌以外でよく読む雑誌名（複数可・以下同）

最近面白かったゲームソフト名

買いたいと思うゲームソフト名

ソフト批評で取り上げてほしいタイトルは何ですか?
また、執筆して欲しいライターは誰ですか?

ゲーム以外で興味のあることは何ですか？

隔月刊 **ゲーム批評**

7

July

第

PS

どこよ
で、ど
意見を
PS3開

ソフ

『ゼノサー
『アーマー
ァルキリ

次回「隔

◆今

ゲーム批
ていただく
りませんが
は歓迎いた
る方、専門
します。

ゲームの
雑誌等に採
「ライター大
採用の場合
カ月が経過

この払込取扱票の裏面には、何も記載しないでください。

キリトリ線

この受領証は、郵便局で機械処理をした場合は郵便振替の払込みの証拠となるものですから大切に保存してください。

ご注意

この払込書は、機械で処理しますので、本票を汚したり、折り曲げたりしないでください。

（郵政事業庁）

隔月刊 ゲーム批評 5月号
ゲーム批評Vol.44
第9巻第5号通巻68号

最近、なにかと大きなイベントが多いです。Xboxの発売とか、AOUショウとか……。でも、私的に一番大事だったことは、「韓国ゲーム

電文」を担当し
ョンさんの来日
は正直、「どん
クビクしていた
てみるとナイ
た。で、テリョ
話してたので
「脊髄にビリビ
で、国境を越え
たよ。あと、今
したときの「韓
集長さんのお顔
モゲーかぁ……
くその通りです
ーく次回の「韓
しみで仕方あり
し変わってるの

ドキドキしています。激しくドキドキしています。いろんな意味で。ご覧いただいたように、今号はかなり冒険的な「ゲーム批評」となりま

お詫び

力をいただき
担はみなさん
すが、岡本氏
ざるをならな
ま、そして、
大変申し訳ご
といわれない
批評編集部）

社」
と、
一同

払込取扱票

02 東京

口座番号	00120-2-123295
加入者名	株式会社マイクロマガジン社
金額	4680
料金	
特殊取扱	

通常払込料金加入者負担

定期購読誌名：ゲーム批評　※新規・継続

※購読期間：月号より1年間

送金額（送料当社負担）：4,680円

通信欄

送付先御住所（払込人住所と送付先が異なる場合のみ記入）〒□□□-□□□□

フリガナ　送付先御氏名

電話 TEL　年齢 才　性別 男・女

ご依頼人 ※（郵便番号）（e-mail：）（電話番号）

受付局日附印

各票の※印欄は、ご依頼人において記載してください。

裏面の注意事項をお読みください。（郵政事業庁）（私製承認 東第39624号）

これより下部には何も記入しないでください。

切り取らないで郵便局にお出しください。

キリトリ線

払込金受領証

口座番号	00120-2-123295
加入者名	株式会社マイクロマガジン社
金額	4680
ご依頼人	※
料金	
特殊取扱	

通常払込料金加入者負担

受付局日附印

記載事項を訂正した場合は、その箇所に訂正印を押してください。

隔月刊 ゲーム批評 7 July

第1特集

PS3は完成していた!?

どこよりも早いPS3予想！　PS3とはいかなるスペックで、どのようなスタイルのハードなのか？　ゲーム業界の意見を総ざらいしてのゲーム批評推薦の仮想PS3も登場。PS3開発当事者及びサードパーティ必見の特集です。

ソフト批評

『ゼノサーガ』『サカつく2002』『巨人のドシン』『鬼武者2』『サクラ大戦4』『アーマードコア3』『ビルバク』『スーパーロボット大戦IMPACT』『ガンヴァルキリー』『ファイアーエムブレム封印の剣』ほか

次回「隔月刊ゲーム批評7月号」は2002年6月3日発売!!

予告内容は都合により変更になる場合がございます。

◆今日もライター大募集!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

ゲーム批評編集部では誌面の充実のため、原稿を書いていただくライターを募集いたします。特に制限などありませんが、東京近郊にお住まいで編集部に来られる方は歓迎いたします。ライター・編集などの実務経験のある方、専門知識に優れた方、フリーの方は特に歓迎いたします。

ゲームの批評原稿（タイトル・形式は自由）、もしくは雑誌等に採用された原稿と、履歴書をゲーム批評編集部「ライター大募集係」にお送り下さい。

採用の場合は編集部からご連絡いたします。応募から2カ月が経過しても連絡がない場合は不採用とご了承下さい。また、応募いただいた書類等は返却することが出来ませんのでご注意下さい。

「今のゲーム批評は面白くないんだよ！　オレが面白い雑誌に変えてやるぜ！」という熱い魂と情熱を持った方のご応募、お待ちしております。

一緒にゲーム批評を面白い雑誌にしていきましょう！

応募先
〒104-0041　東京都中央区新富1-3-7　ヨドコウビル
（株）マイクロマガジン社　ゲーム批評編集部
「ライター大募集係」（担当：小川）

ゲーム批評に広告を出そうという

勇気あるゲーム会社は存在しますか？

「ゲーム批評」は、ちょうちん記事を掲載しないという方針で7年間やってきました。ですからゲームメーカーさんをずいぶん怒らせてきたものです（回想…）。もちろんこんな編集方針なので、私たちは「ゲームメーカーさんからは広告をもらえないだろう」と考えていました。今でもこの雑誌の存在を快く思ってくださらないメーカーさんも、少なからず存在しています。画面写真を貸してくれない、などが良い例です。

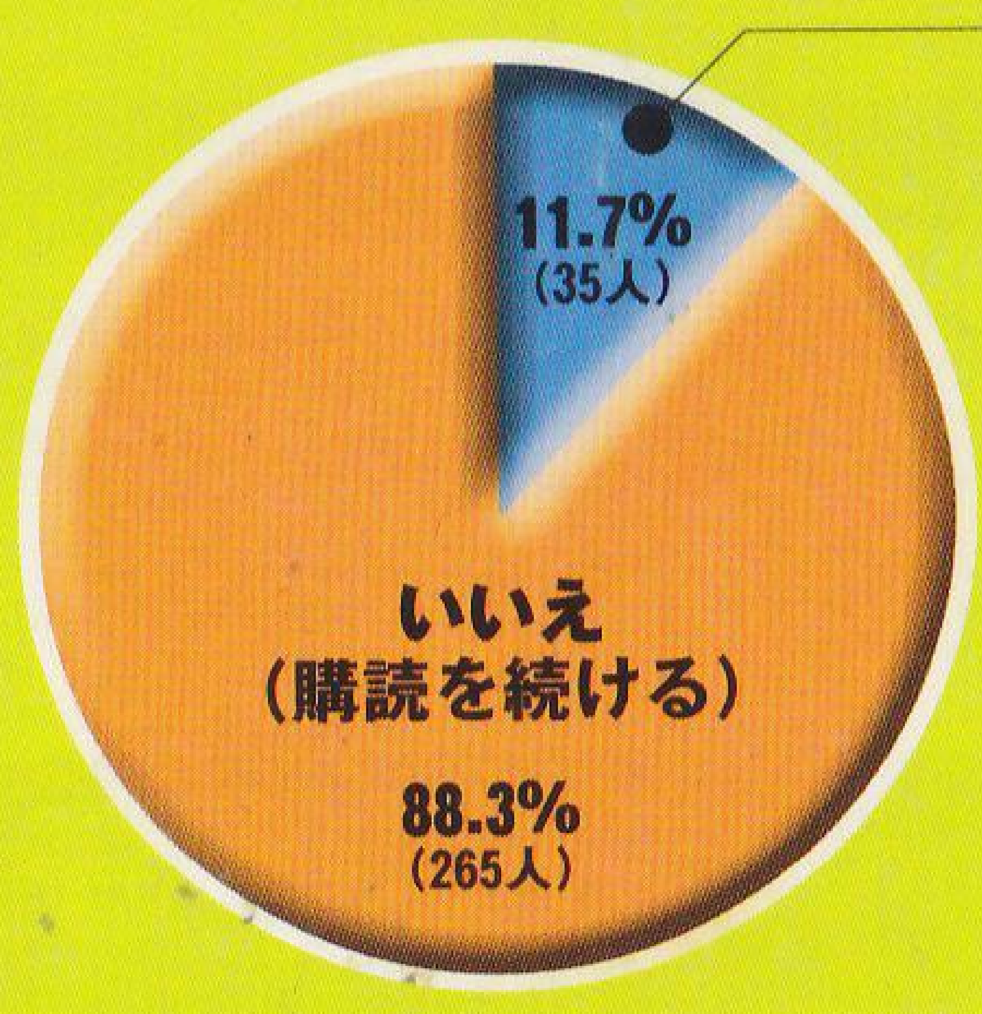
やはり「ゲーム会社が批評誌に広告を入れる」というのは、ありえない世界なのでしょうか？

前号で私たちは読者アンケートを実施しました。設問は「ゲーム批評がゲーム関連の広告を入れたら、購読をやめるか？」というものでした。

「はい（購読をやめる）」と答えた人の多くは、「広告を入れたらゲームの批評ができない」というのがその理由です。

本当にそうなのでしょうか？　いや、それで良いのでしょうか？

ファミコンが誕生してから来年で20年になりますが、テレビゲーム市場はいったいどれほど大きくなったのでしょう。自由な批評の存在しない世界に自律的な体質改善など可能なのでしょうか？



※ゲーム批評43号のアンケート集計より
（集計数300人）

私たちゲーム批評編集部とその88%の読者（たぶん）は、ゲーム批評に広告を出せる「心意気のある」ゲーム会社さんを求めることにしました。でも、編集方針は変えません。

儲かっているゲーム会社の社長さん！　ゲーム批評に1年間広告して、その勇気ある姿勢を世に示されませんか？　御社の商品を決して（無理に）ホメない変わったゲーム専門誌ですけど・・・。

勇気あるゲーム会社はこちらに電話☞ 03-3551-9563

ゲーム批評 編集部

平成14年5月1日発行第9巻第5号通巻68号
発行人：武内静夫
編集人：小泉俊昭
発行所：㈱マイクロマガジン社
〒104-0041東京都中央区新富1-3-7
TEL03-3206-1641（販売）
FAX03-3551-1208

定価：780円 本体743円

雑誌03679-5
T1103679050785